

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME

PAR
JULIE BEAUCHAMP

LES COMPORTEMENTS PARTICIPATIFS DES AÎNÉS À DES ACTIVITÉS
ORGANISÉES DE LOISIR ET LE RÔLE DE L'ÉDUCATION AU LOISIR ET
DES PRINCIPES DU MARKETING DES SERVICES
SUR LEUR PARTICIPATION

SEPTEMBRE 2012

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

MAÎTRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME (MA.)

Programme offert par l'Université du QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

LES COMPORTEMENTS PARTICIPATIFS DES AÎNÉS À DES ACTIVITÉS ORGANISÉES DE LOISIR ET LE RÔLE DE L'ÉDUCATION AU LOISIR ET DES PRINCIPES DU MARKETING DES SERVICES SUR LEUR PARTICIPATION

PAR

JULIE BEAUCHAMP

Pascale Marcotte, directrice de recherche

Université du Québec à Trois-Rivières

Hélène Carbonneau, codirectrice de recherche

Université du Québec à Trois-Rivières

Marie-Claude Lapointe, évaluatrice

Université du Québec à Trois-Rivières

Mélanie Levasseur, évaluatrice

Université de Sherbrooke

MÉMOIRE DÉPOSÉ le 28 septembre 2012

Sommaire

La pratique d'activités de loisir significatives fait partie des bonnes habitudes à prendre dans l'amélioration et le maintien de la qualité de vie et du bien-être. Devant la croissance démographique de la population âgée, il est important de comprendre et connaître les besoins et les valeurs en loisir de cette population. La problématique à l'étude se trouve dans la transmission de l'information et le manque de connaissance des offres de services disponibles afin de favoriser la participation à des activités organisées de loisir chez la population âgée. La question de recherche à l'étude est : comment peut-on favoriser la participation des aînés âgés de 70 ans et plus aux activités de loisir organisées par un centre communautaire de loisir ou pour aînés par l'utilisation et l'adaptation des notions de l'éducation au loisir et des principes du marketing des services? Pour y répondre, trois principaux objectifs ont été définis : 1) la compréhension des comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-participatifs) des aînés de 70 ans et plus à des activités organisées de loisir dans des centres communautaires, 2) l'utilisation et l'adaptation des notions de l'éducation au loisir auprès de cette population et 3) l'application des principes du marketing des services aux offres de loisir et sur les stratégies de communication permettant de transmettre les offres. Trois théories gérontologiques : la théorie de la continuité, la théorie de l'optimisation sélective avec compensation et la théorie de l'innovation servent de base au modèle théorique. Les concepts étudiés sont : la participation, l'éducation au loisir et les principes du marketing des services. La méthodologie privilégiée est l'analyse qualitative par la réalisation de huit entrevues semi-dirigées auprès d'individus âgés de 70 ans et plus, n'étant pas inscrits en 2012 à des activités organisées de loisir dans un centre communautaire. Les résultats portent sur les expériences en loisir des participants, sur les facteurs influençant positivement et négativement la participation et sur les ressources en loisir. Les conclusions de la recherche traitent de : la complémentarité des théories gérontologiques dans la compréhension des expériences en loisir; la non-homogénéité des pratiques en loisir des participants; des facteurs (motivations, attentes et contraintes) ayant un impact sur la participation; des notions d'éducation au loisir en lien avec les principes du marketing des services. Il ressort des résultats que la mise sur pied d'un programme d'éducation au loisir intégré dans les offres de services en loisir élaborées et communiquées selon les principes du marketing des services pourrait favoriser la compréhension et la transmission des offres en loisir encourageant ainsi la participation.

Table des matières

Liste des tableaux	vi
Liste des symboles et des acronymes	vii
Remerciements	viii
Introduction	1
Chapitre 1	4
Présentation de la problématique	4
1.1 Contexte du vieillissement	6
1.1.1 Démographie	6
1.1.2 Vieillissement actif et en santé : OMS	7
1.1.2.1 Vieillissement réussi	8
1.1.2.2 Vieillissement en santé	11
1.1.3 Programme VADA et MADA	11
1.1.4 Une population non homogène	13
1.1.4.1 Baby-boomers et seniors	14
1.1.4.2 Valeurs dans leurs pratiques du loisir	17
1.2 Les centres communautaires offrant des services de loisir	19
1.2.1 Les impacts positifs de la pratique d'activités de loisir	19
1.2.1.1 Le loisir, le bien-être et la santé	19
1.2.2 Les contraintes et la participation	21
1.2.3 Le rôle des centres communautaires dans leur approche de loisir	22
1.2.3.1 Les clientèles âgées des CCA et des CCL	26
1.2.3.2 Les indicateurs de participation	27
1.3 Problématique	31
1.4 Question de recherche et objectifs principaux	32
1.5 Pertinence sociale et scientifique	33
Chapitre 2	35
Présentation du cadre conceptuel	35
2.1 Les théories retenues	38

2.1.1 Théorie de la continuité.....	41
2.1.2 Théorie de l'optimisation sélective avec compensation.....	43
2.1.3 Théorie de l'innovation.....	47
2.2 Les concepts.....	50
2.2.1 La participation	50
2.2.1.1 Les comportements participatifs	51
2.2.1.2 La participation sociale	58
Figure 1. Taxonomy of social activities	60
2.2.2 L'éducation au loisir	64
2.2.3 Les principes du marketing des services	66
2.2.3.1 Les caractéristiques des services	66
2.2.3.2 Le mix marketing des services	67
2.2.3.3 Le mix de la communication marketing.....	69
2.3 La schématisation des concepts	70
Figure 2. Schématisation des concepts élaborés dans le projet à l'étude.....	71
Chapitre 3	72
La méthodologie	72
3.1 L'analyse qualitative	73
3.1.1. La collecte des données : entrevue semi-dirigée.....	74
3.2 La population à l'étude.....	74
3.2.1 L'identification et la description de la méthode d'échantillonnage retenu	76
3.2.2 La réalisation des entrevues de la population à l'étude.....	76
3.2.3 L'analyse de contenu thématique.....	77
3.3 Les considérations éthiques.....	78
Chapitre 4	80
La présentation des résultats	80
4.1 Les expériences en loisir	81
4.1.1 Les expériences de participation dans les centres communautaires de loisir ou centres communautaires pour aînés	82
4.1.2 Les pratiques en loisir et occupations des temps libres.....	84
4.1.2.1 Les attentes et bénéfices en loisir	86
4.1.3 L'ouverture à la nouveauté.....	89

4.2 Les facteurs influençant la participation	91
4.2.1 Les facteurs favorisant la participation liés à l'offre des centres communautaires	91
4.2.2 Les contraintes – barrières – raisons pour ne pas participer ou cesser la participation.....	95
4.2.3 Les motivations.....	99
4.3 Les ressources en loisir	100
4.3.1 La connaissance des offres de loisir.....	100
4.3.2 Les offres de loisir.....	101
4.3.3 La communication.....	105
Chapitre 5	108
Analyse des résultats et discussion	108
5.1 Les théories applicables aux expériences de loisir.....	109
5.2 La participation	112
5.2.1 Les comportements participatifs.....	113
5.2.2 La participation sociale	119
5.3 L'adaptation des notions d'éducation au loisir	120
5.4 L'application des principes du marketing des services.....	122
5.5 Portée et limites.....	126
Conclusion.....	129
Références	134
Appendice A : Schéma d'entrevue	145

Liste des tableaux

1	La liste des caractéristiques et des pratiques en loisir des deux groupes.....	18
2	Les théories gérontologiques applicables au projet de recherche.....	38
3	Les principales contraintes en loisir chez les aînés.....	56
4	Les principales caractéristiques des services.....	67
5	Le mix marketing des services.....	68
6	Critères d'inclusion et d'exclusion de la population cible.....	75
7	Les expériences de participation dans des centres communautaires.....	83

Liste des symboles et des acronymes

AQCCA	Association québécoise des centres communautaires pour aînés
AQG	Association québécoise de gérontologie
CCA	Centre communautaire pour aînés
CCL	Centre communautaire de loisir
FQCCL	Fédération québécoise des centres communautaires de loisir
MADA	Municipalité amie des aînés
OMS	Organisation mondiale de la santé
VADA	Ville amies des aînés

Remerciements

Merci à Éric, à Jean et à tous les participants et participantes pour leur apport inestimable dans ce projet de recherche. Sans eux et elles, ce mémoire serait encore un projet hybride végétant dans mon cerveau.

Merci à Hélène Carbonneau et Pascale Marcotte, deux co-directrices hors du commun, des femmes d'exception. Merci pour votre intelligence, votre générosité, votre humour. Je suis privilégiée de vous avoir rencontrées et d'autant plus d'avoir été votre étudiante. Vous êtes, chacune à votre façon, des modèles d'intégrité, d'humanité et de rigueur intellectuelle. Merci à vous deux pour votre appui constant, votre détermination, et les opportunités que vous m'avez données, vous avez littéralement changé le cours de ma vie.

Merci à mes parents pour leur amour inconditionnel et leur soutien. Merci de m'avoir transmis votre passion pour la vie, le goût de la fête, l'amour de l'art et la persévérance de suivre mon chemin.

Merci à mon frère Hugues et à la femme de sa vie, Geneviève, pour le filet de sécurité, vous êtes mon assurance-tout risque contre les aléas de la vie.

Merci à ma collègue et amie Émilie pour la justesse de ses analyses, ses conseils, pour sa bonne humeur contagieuse et ses encouragements qui m'ont aidée à traverser les périodes creuses. Merci à Daniel Masson pour sa gentillesse, sa sensibilité et son humour.

Merci à mes amiEs, vous êtes ma deuxième famille.

Merci à Marie-Ève pour l'amour, la présence, l'écoute, le support, les conseils, merci pour cette année remplie d'étoiles, de lumière, de soubresauts et de mémoires!

Merci spécial à Marie-Hélène Chastenay de m'avoir ouvert il y a 14 ans les voies du cœur et celles de l'esprit, tu as donné à ma vie toutes les couleurs de l'arc-en-ciel.

Merci à Chopin, Catherine Major, Adam Cohen et Benjamin Biolay pour la musique.

Introduction

La pratique d'activités de loisir significatives fait partie des bonnes habitudes à prendre dans l'amélioration de la qualité de vie et du bien-être (Carbonneau, 2011). Dans une société où la démographie de la population vieillissante est en pleine croissance, la compréhension des comportements participatifs (comportements participatifs et non-participatifs) des aînés, de leurs besoins et de leurs valeurs en loisir s'avère un sujet d'étude actuel. Devant les bouleversements démographiques à venir, tous les membres de la communauté sont interpellés afin de créer des espaces de vie et de mettre en œuvre les moyens disponibles afin de favoriser la participation sociale des aînés. Cette participation peut prendre de multiples formes. Dans la présente recherche, elle s'oriente vers une participation des aînés à des activités organisées de loisir, le développement d'opportunités de bénévolat et la création d'espaces propices aux échanges sociaux et intergénérationnels. Ainsi, la contribution et le rôle des centres communautaires de loisir (CCL) et des centres communautaires pour aînés (CCA) est essentielle dans la mise en place de milieux de vie et dans l'accessibilité à des activités de loisir, qu'elles soient libres ou organisées. Mais afin d'encourager et de soutenir cette participation, il est primordial que les aînés soient en mesure de comprendre et de connaître les offres de services qui leur sont proposées.

La présente recherche traitera du rôle de l'éducation au loisir et des principes du marketing des services sur la participation des aînés aux activités de loisir organisées au sein des centres communautaires. Sachant que la participation à des activités de loisir significatives apporte un bien-être, il faut donc mettre en œuvre des moyens et des outils afin de favoriser une pratique autonome du loisir. On sait que plusieurs recherches ont identifié des facteurs influençant la participation et la non-participation des aînés à des activités de loisir. L'étude récente de Carbonneau (2011) sur les pratiques en loisir des personnes âgées de 50 ans et plus révèle que parmi les contraintes perçues par les

participants : « ce sont les contraintes liées à la connaissance qui dominent tant pour ce qui est de la connaissance des possibilités que des occasions d'initiation » (p. 52). Ces contraintes sont parmi celles les plus identifiées chez les individus de 70 ans et plus. Le savoir recherché réside donc dans une compréhension plus en profondeur des comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-participatifs) des aînés de 70 ans et plus à des activités organisées dans les centres communautaires. En effet, le présent projet cherche à approfondir les causes des contraintes déjà connues en identifiant le contexte dans lequel ces contraintes s'installent, permettant ainsi de dégager un portrait de l'expérience de participation ou de non-participation des aînés. De plus, à partir d'une meilleure connaissance des expériences en loisir, nous voulons identifier comment les notions de l'éducation au loisir et les principes du marketing des services peuvent être utilisés afin de communiquer les offres de service et de favoriser la participation.

Le présent mémoire est divisé en cinq chapitres. Dans le premier chapitre, la problématique sera présentée en cinq sections : le contexte actuel du vieillissement, les centres communautaires offrant des services de loisir, la problématique, la question de recherche et les objectifs du mémoire, et sa pertinence sociale et scientifique. Le deuxième chapitre portera sur la présentation du cadre conceptuel qui sera scindée en trois sections : 1) les théories gérontologiques retenues, 2) les concepts à l'étude – la participation, l'éducation au loisir et les principes du marketing des services – ainsi que 3) la schématisation des concepts. Le chapitre trois exposera la méthodologie de recherche, soit l'analyse qualitative, la population à l'étude ainsi que les considérations éthiques. Au chapitre 4, les résultats seront présentés en trois sections : les expériences en loisir, les facteurs influençant la participation et les ressources en loisir. Enfin, le chapitre 5 portera enfin sur l'analyse des résultats et la discussion. En conclusion, nous reviendrons sur la démarche de recherche, les principaux résultats émergeant de la discussion et les différentes avenues pour des recherches éventuelles.

Chapitre 1

Présentation de la problématique

Le vieillissement de la population est un phénomène mondial, et cette évolution démographique va donner lieu à des changements majeurs au cours des prochaines années. Ces préoccupations ont conduit l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) à la planification et la mise en place d'un programme d'orientation jetant les bases et le cadre d'un vieillissement actif. En effet, l'importance de la participation sociale des aînés au sein de leur société et de leur communauté est au cœur même des préoccupations gouvernementales, municipales et communautaires. Beaucoup d'acteurs travaillant auprès de la population aînée sont conscients des enjeux reliés au vieillissement. Briser l'isolement, encourager la participation et créer des endroits de socialisation peuvent amener des individus à changer leurs perspectives du vieillissement et favoriser leur bien-être. D'autant plus, améliorer et augmenter les opportunités de loisir adéquates et adaptées à la population aînée peut leur apporter un bien-être, car plus la participation à des activités de loisir est satisfaisante plus elle contribue à améliorer la qualité de la vie (Ragheb & Griffith, 1982, Zumbo, 2003). De même, la mise en place d'offres de services permettant de développer des habiletés sociales et d'améliorer la perception qu'ont les individus d'eux-mêmes à travers la participation à des activités peut également influencer la qualité de vie (Sneegas, 1986). En regard des énoncés précédents, notre sujet à l'étude porte sur les comportements participatifs (et non-participatifs) de la population aînée à des activités de loisir organisées dans des centres communautaires dans le contexte social actuel.

Le présent chapitre portera sur le contexte dans lequel se situe la recherche : l'état de la situation présente du vieillissement et le rôle des centres communautaires offrant des services de loisir aux aînés, la problématique à l'étude, la question de recherche et les objectifs principaux et finalement la pertinence sociale et scientifique.

1.1 Contexte du vieillissement

1.1.1 Démographie

La démographie de la population des aînés est en hausse partout dans le monde. C'est un fait observé et appuyé : « de 11% en 2006, les effectifs des personnes de 60 ans et plus atteindront 22% de la population mondiale en 2050 » (Rochman & Tremblay, 2010, p. 286). Selon l'OMS : « La population mondiale âgée de 60 ans et plus a doublé depuis 1980 et devrait atteindre deux milliards d'ici 2050 » (2012). En 2012, Statistique Canada annonçait dans son rapport « La population canadienne en 2011 : âge et sexe » que la population âgée d'au moins 65 ans représentait 14,8% de la population canadienne et 15,9% de la population québécoise. Un rapport paru précédemment en juillet 2011 (Dernier communiqué du quotidien, mercredi 28 septembre 2011 : Estimations de la population du Canada : âge et sexe) venait confirmer que pour la première fois, les aînés étaient plus nombreux que les jeunes de moins de 15 ans au Québec (Statistique Canada, 2011). D'autre part, Statistique Canada (2010) prévoit qu'en 2036, les 65 ans et plus représenteront entre 23% et 25% de la population canadienne. Rochman et Tremblay (2010, p. 287) relèvent qu'au Québec, vers 2021, les 65 ans et plus représenteront une personne sur cinq et une sur quatre en 2026, ce qui signifie que dans moins de 15 ans, le visage de notre société aura changé. Selon le rapport *Vieillessement de la population, état fonctionnel des personnes âgées et besoins futurs en soins de longue durée au Québec* de l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ, 2010)

(...) le nombre d'aînés devrait passer en 2031 à 2,3 millions et celui des aînés de 85 ans et plus à 300 000. À ce moment, plus du quart de la population québécoise serait âgée de 65 ans et plus et en 2041 une personne sur six aurait 75 ans et plus et une sur dix-huit, 85 ans et plus. (p. 4)

Aux États-Unis, le vieillissement de la population est aussi une préoccupation et plusieurs chercheurs travaillant dans le domaine du loisir ont cité des statistiques à ce sujet. Selon Cochran, Rothschild et Rudick (2009), environ 76 millions d'Américains sont nés pendant le baby-boom entre 1946 et 1964. Les premiers baby-boomers ont ainsi atteint l'âge de 65 ans en 2011 et cette vague va s'intensifier pendant les 25 prochaines années. Pardasani (2010) s'appuie sur des statistiques américaines pour énoncer qu'environ 70 millions d'Américains auront 65 ans et plus en 2030.

L'augmentation de la population âgée s'explique principalement par deux phénomènes : 1) l'arrivée massive des baby-boomers à 65 ans en 2011 et l'augmentation de l'espérance de vie ainsi que la dénatalité (Rochman & Tremblay, 2010). L'Institut de la Statistique du Québec (ISQ) indique, dans le Bilan démographique du Québec (édition 2011), que les hommes ont atteint une espérance de vie de 79,6 ans et les femmes de 83,6 ans (ISQ, 2011, pp. 22-24 et 53) et l'INSPQ (Vieillesse de la population, 2010) constate que : « Ainsi, l'ISQ, dans le scénario de référence de ses perspectives, prévoit que l'espérance de vie à la naissance devrait atteindre en 2051, 85,5 ans chez les hommes et 89,0 ans chez les femmes » (2010, p. 3).

1.1.2 Vieillesse active et en santé : OMS

Devant l'ampleur du vieillissement de la population, l'OMS a développé en 2002 le cadre d'orientation « Vieillir en restant actif »¹. L'objectif principal de cette démarche était de dresser un portrait de la situation, d'énoncer les concepts applicables à ce cadre, de définir les défis à venir et de mettre sur pied les bases d'un programme pour un vieillissement en santé. Le concept de « vieillir en restant actif » est défini ainsi : « Vieillir en restant actif est le processus consistant à optimiser les possibilités de bonne santé, de participation et de sécurité afin d'accroître la qualité de la vie pendant la vieillesse » (OMS, 2002, p.12). Ce cadre s'appuie donc sur trois bases : la santé, la

¹ Voir le cadre d'orientation disponible en ligne à l'adresse suivante :
[http://whqlibdoc.who.int/hq/2002/WHO_NMH_NPH_02.8_fre.pdf]

participation et la sécurité. En s'inspirant de ce cadre, l'OMS a mis sur pied le *Guide mondial des Villes-amies des aînés* en 2007. Avant de préciser les objectifs et les retombées de ce Guide mondial adapté au Québec, nous tenons à faire un bref exposé sur les concepts 1) du vieillissement réussi, concept fondamental que l'on retrouve dans les écrits scientifiques et 2) du vieillissement en santé, concept central du modèle conceptuel élaboré par Cardinal et coll. (2008).

1.1.2.1 Vieillissement réussi

Rochman et Tremblay (2010) attirent notre attention sur le concept du vieillissement réussi (*successful aging*). Ce concept que l'on retrouve amplement dans la littérature gériatrique (pour son application au domaine du loisir, voir notamment : Adams, Leibbrandt & Moon, 2011; Lee, Lan & Yen, 2011) a été développé en partie par Baltes et Baltes (1990) et défini par Rowe et Kahn (1997). Baltes et Baltes ont développé la théorie de l'optimisation sélective avec compensation (*selective optimisation and compensation*). Cette théorie présente les différents processus d'adaptabilité lors du vieillissement et elle sera plus amplement décrite dans le cadre conceptuel. De leur côté, Rowe et Khan (1997) ont développé la notion du vieillissement réussi en mettant de l'avant le rôle joué par les activités pratiquées. Le vieillissement réussi est défini par les composantes suivantes : « 1) une faible probabilité de subir une maladie ainsi que de subir un handicap lié à une maladie, 2) une capacité fonctionnelle cognitive et physique élevée, 3) un engagement actif dans la vie » (Hummel, 2002, p. 47). Ce concept a été remis en question dans les écrits scientifiques, et Rochman et Tremblay (2010) en exposent les raisons

Le terme de vieillissement réussi, initialement proposé par Havighurst en 1961, a surtout été reconnu par Rowe et Kahn (1987) comme un concept relativement heuristique. Pour plusieurs, le concept de vieillissement réussi éveille toutefois la suspicion car la vieillesse tendrait à devenir un enjeu personnel, un objectif à réaliser, une étape à réussir et la phase préparatoire à cette réussite débiterait bien avant l'apparition des premières rides. Idéaliste voire élitiste (abordé sous l'angle de la performance) le concept du vieillissement réussi pourrait alors être générateur d'une nouvelle forme d'âgisme (Minkley & Holstein, 2005). (p. 297)

D'autre part, dans son article *Les paradigmes de recherche aux prises avec leurs effets secondaires*, Hummel (2002) soulève les mêmes questionnements quant au vieillissement réussi. Elle pose le problème de l'âgisme à travers ce concept; y aurait-il deux types de vieillissement, le raté et le réussi? Elle suggère que : « Dès lors, être malade ou handicapé, seul ou dans la précarité financière, pourrait devenir une faute et, d'une façon générale, le « malvieillir » serait synonyme de faillite personnelle » (p. 51). Dionigi, Horton et Bellamy (2011) considèrent qu'il n'y a pas de définition unique du concept et que chaque chercheur y apporte sa propre interprétation selon son champ d'expertise. Cependant, ces auteurs énoncent dans leur conclusion :

Our findings indicate that while the biomedical and psychosocial models may be useful frameworks for explaining some of the meanings of aging adopted by the more active women in this study, such perspectives on successful aging would not be suitable for people who are dependent on others, become frail or ill, or require health care in old age because these models tend to ignore the social determinants of health and leisure (Fullager, 2001; Jolanki, 2004). (p. 416)

Bowling et Dieppe (2005), quant à eux, dressent un portrait des multiples composantes du vieillissement réussi retrouvées dans la littérature :

- Espérance de vie - Satisfaction de la vie et le bien-être
- Santé mentale et psychologique
- Apprentissage de nouveautés – Croissance personnelle
- Santé mentale et fonctionnement cognitif
- Caractéristiques et ressources psychologiques (autonomie, contrôle et indépendance, adaptabilité, estime de soi, objectifs)
- Participation sociale et intégration à la communauté, activités de loisir

- Réseau social, support et participation

Définitions additionnelles

- Réalisations de soi
- Nutrition : le plaisir de bien s'alimenter
- Sécurité financière
- Voisinage
- Apparence physique
- Productivité et contribution dans la vie
- Sens de l'humour
- Sens du but, objectif (p. 1549)

Ils terminent leur article en remettant en question la définition figée du concept du vieillissement réussi :

But successful ageing needs to be viewed, not only multidimensionally, but as an ideal state to be aimed for, and the concept itself should be placed on a continuum of achievement rather than subject to simplistic normative assessments of success or failure. (p. 1550)

De son côté, Leclerc (2007) vient ajouter une composante qui a complètement été écartée dans la définition du vieillissement réussi, soit celle de donner un sens à sa vie :

[...] l'un des facteurs clés pour rester alerte et en santé à un âge avancé est de donner un sens à sa vie. Il s'agit en effet du facteur motivationnel le plus puissant pour que l'individu continue à exercer ses capacités physiques et psychologiques et à s'engager dans une vie sociale active. (p. 70)

Conséquemment, il ressort de cette courte présentation de la littérature que le concept de vieillissement réussi fait l'objet de plusieurs critiques par ses détracteurs qui voient en ce concept l'émergence d'une théorie gérontologique (Hummel, 2002). Cette théorie pouvant causer de l'âgisme; être reliée à des performances et ne pas tenir compte des facteurs personnels (Leclerc, 2007). De plus, il ne fait aucun doute que le concept est interprété selon les approches disciplinaires et qu'il est encore remis en question.

1.1.2.2 Vieillissement en santé

Considérant les critiques adressées au concept du vieillissement réussi, un autre concept est présenté, soit le « vieillir en santé » que l'on retrouve comme concept central dans le modèle conceptuel élaboré par Cardinal et coll. (2008) dans leur article sur : *Les perspectives pour un vieillissement en santé : proposition d'un modèle conceptuel*. Le concept est défini ainsi :

Le concept du vieillissement en santé désigne un processus permanent d'optimisation des possibilités permettant aux personnes âgées d'améliorer et de préserver leur santé et leur bien-être physique, social et mental, et de conserver leur autonomie et leur qualité de vie, tout en favorisant les transitions harmonieuses entre les différentes étapes de leur vie (Santé Canada, 2001). (p 39)

Ce concept nous apparaît plus englobant et son application tient compte des cycles du vieillissement. En effet, la population aînée est en pleine de mutation, ses changements sont multiples et ses conditions parfois changeantes ont des répercussions sur le vieillissement, qu'elles soient physiques, mentales, environnementales ou sociales. Le vieillissement est un processus qui varie d'un individu à l'autre, et comme nous le verrons à la section 1.1.4, les aînés ne forment pas un groupe homogène.

Dans le cadre de notre mémoire, le concept retenu sera celui du vieillissement actif élaboré par l'OMS vu précédemment (voir 1.1.2) et qui est à la base du programme VADA et MADA.

1.1.3 Programme VADA et MADA

Le programme VADA (villes amies des aînés), tel que mentionné antérieurement, a été mis sur pied par l'OMS en 2007². Il est mentionné dans l'introduction du Guide : « S'inspirant de l'approche OMS du vieillissement actif, le présent Guide a pour objectif

² Voir le document *Guide mondial des villes amies des aînés* disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.who.int/ageing/publications/Guide_mondial_des_villes_amies_des_aines.pdf

d'inciter les villes à mieux s'adapter aux besoins des aînés de façon à exploiter le potentiel que représentent les personnes âgées pour l'humanité » (OMS, 2007, p. 1). Conséquemment, le programme VADA vise à encourager les villes à orienter leurs politiques, leurs programmes et leurs services afin de faire contribuer activement les aînés à la communauté (Petitot & al., 2010). Le projet VADA-Québec, d'une durée de cinq ans, a été lancé en 2008 dans cinq municipalités, Drummondville, Granby, Rimouski, Rivière-du-Loup, Sherbrooke ainsi que dans l'arrondissement de Charlesbourg à Québec et dans la Municipalité régionale de comté (MRC) du Témiscamingue³. L'approche reprend les principes de « vieillir en restant actif » et mise sur les dimensions suivantes : l'habitat, le transport, le respect et l'inclusion sociale, la participation sociale, l'engagement social et citoyen, les espaces extérieurs et bâtiments, le soutien communautaire et services, la communication et l'information⁴. Le tout recadré en y ajoutant le modèle écologique (Garon & Veil, 2011) :

Une optique écologique permet de mettre l'accent sur différents objets puisque, passant d'une perspective macrosociale (politiques publiques) à une perspective individuelle (comportements) et tenant en compte le milieu de vie, il est possible de considérer des actions dans leur continuité [...]

Il s'intéressera également aux caractéristiques des environnements physiques et sociaux qui conditionnent l'adaptation des individus et des populations à leur milieu, reconnaissant que tous les environnements n'encouragent pas de la même façon l'autonomie, l'indépendance et la créativité (Popay, 2010). (p. 8)

Ce projet veut placer les aînés au centre des préoccupations en impliquant toute la communauté dans cette démarche, leur participation commune étant inhérente à la réussite du projet (Garon & Veil, 2011, p. 8) puisque : « La participation ne se restreint pas à l'implication individuelle, elle est avant tout un élément primordial dans la cohésion sociale, le maillage des réseaux et le partage d'informations entre les acteurs » (Paris & al., 2011, p.31). C'est ce projet-pilote qui a donné naissance au programme

³ Voir le site web de VADA-Québec : <http://www.vadaquebec.ca>

⁴ Voir la section Dimensions sur le site web de VADA-Québec : <http://www.vadaquebec.ca>

MADA (Rochman & Tremblay, 2010) que l'on retrouve également sur le site de VADA-Québec.

Le programme MADA⁵, qui veut dire Municipalité amie des aînés, est une démarche gouvernementale dont l'objectif est de favoriser le vieillissement actif au Québec. Le vieillissement actif, tel que défini par l'OMS (2002) regroupe trois volets : 1) le volet santé qui veut favoriser l'adoption et le maintien de bonnes habitudes de vie, 2) le volet participation, que ce soit familiale ou au sein de la communauté, et 3) le volet sécurité qui se penche sur le respect des droits des aînés et la sécurité dans les lieux publics (Ministère de la Famille et des Aînés, 2009, p. 12). Une municipalité entreprenant la démarche MADA « met un frein à l'âgisme, sait adapter ses politiques, services et structures; agit de façon globale et intégrée; favorise la participation des personnes âgées; s'appuie sur la concertation et la mobilisation de toute la communauté » (Ministère de la Famille et des Aînés, 2009, pp. 15-21).

En mettant de l'avant le vieillissement actif au sein des préoccupations québécoises, cette démarche donne aux aînés un rôle participatif et actif dans un milieu qui tient compte de leurs besoins et cette perspective ne peut qu'évoluer avec les nouvelles générations qui arrivent à l'âge de 65 ans. La cohabitation de ces nouvelles générations est d'ailleurs un élément que nous abordons afin de bien comprendre les enjeux de la présente recherche.

1.1.4 Une population non homogène

Le premier constat que l'on peut faire est que les aînés ne forment pas une population homogène. L'OMS souligne dans son cadre d'orientation (2002) que cette hétérogénéité s'accroît avec le vieillissement (p. 14). Cardinal et coll. (2008), quant à eux, font une énumération des différents facteurs influençant et différenciant cette

⁵ Voir le document *Municipalité amie des aînés : pour favoriser le vieillissement actif au Québec*, disponible en ligne à l'adresse suivante : [http://www.mfa.gouv.qc.ca/fr/publication/Documents/DocReferenceMADA_final.pdf].

population et causant par le fait même son caractère non homogène. Les auteurs identifient les différences suivantes : le genre, le niveau d'autonomie, les conditions socio-économiques, le lieu de résidence, la culture et les générations (pp. 9-10). Ils mentionnent, relativement aux différences de générations :

Il est évident, par exemple, qu'avec l'arrivée massive des baby-boomers, les enjeux du groupe dit des personnes âgées seront modifiés en ce qui a trait à ses rapports à la famille, à la vie active au travail, à la participation et à l'engagement social, à l'apprentissage, etc. (p. 10)

Évidemment, on peut constater l'apparition de plusieurs petits groupes selon les facteurs identifiés ci-dessus. Il n'en demeure pas moins que la disparité entre les aînés va devenir beaucoup plus importante et visible avec l'arrivée des baby-boomers à 65 ans depuis 2011. Dans la littérature américaine, Sperazza et Banerjee (2010) font référence aux « *baby-boomers* » et aux « *seniors* », Pardasani (2010) aux « *younger seniors* » et du côté québécois, Rochman et Tremblay (2010) font état des caractéristiques différentes entre les jeunes aînés et les autres. En soulignant l'arrivée des baby-boomers qui ont de meilleurs revenus, Rochman et Tremblay énoncent : « Au-delà des débats concernant la définition d'une personne aînée, les situations personnelles et sociales varient d'un groupe d'âge à l'autre et d'une génération à l'autre » (2010, p. 290).

1.1.4.1 Baby-boomers et séniors

On peut donc affirmer que les deux principaux groupes d'aînés qui émergent sont constitués de la génération des baby-boomers, qui sont nés entre 1946-1966 selon l'ISQ⁶, et des séniors qui sont nés avant 1946. Il apparaît dans la littérature que les chercheurs américains cités précédemment situent la génération des baby-boomers entre les années 1946 et 1964, alors que l'ISQ les situe jusqu'en 1966. Il semble toutefois y

⁶ Voir l'édition 2011 du bilan démographique de l'ISQ, disponible en ligne à l'adresse suivante : [<http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/demograp/pdf2011/bilan2011.pdf>], pp. 22-24.

avoir un consensus sur l'année de départ, 1946. Donc, les baby-boomers font leur entrée en 2011 à l'âge de 65 ans.

Les séniors se répartissent à l'intérieur de deux générations qui seront analysées comme une seule dans le présent mémoire, et seront identifiés comme le groupe des séniors. La première génération que l'on a nommé la *Greatest generation* est née dans les années 1910 et 1920, elle a connu la Grande dépression de 1929 et participé à la Seconde Guerre mondiale (Olazabal, 2009, p. 19; Lefebvre, 2009, p. 71). La seconde génération, appelée *Silent generation* est née entre 1925 et 1943 pendant la Grande dépression et la Deuxième guerre mondiale (Pennington-Gray & Lane, 2001, p. 76). Pennington-Gray et Lane (2001) énoncent à ce sujet : « The last half of the generation can remember World War II from their childhood, and many joined the Peace Corps to show their generational bond » (p. 76). Au Québec, les baby-boomers sont associés à la Révolution tranquille, à l'accès à l'éducation collégiale et universitaire et à l'État providence (Hamel, 2009, p. 57). En 2012, on retrouve donc dans la population aînée des individus émanant de trois générations.

Au-delà du cadre générationnel, des caractéristiques et des valeurs différentes émanent de chacune des cohortes. Selon Cochran, Rothschild et Rudick (2009), la génération des baby-boomers se différencie de toutes les autres générations: « They are unique with regard to their pop culture, their values, and their beliefs; and they are healthier, wealthier, and highly educated than any generation. Boomers are movers and shakers » (p. 18). Olazabal et al. (2009) énoncent au sujet de cette génération :

La liberté, accompagnée d'un faible niveau de contraintes sociales, est un principe qui transcende la vie des baby-boomers et leurs conceptions des liens intergénérationnels (probablement davantage en milieu urbain qu'en milieu rural) [...] Issus du mouvement jeune et intimement lié à la notion de liberté, l'esprit revendicatif est caractéristique de ce groupe d'âge, dont les membres sont beaucoup moins susceptibles de se laisser faire que leurs parents. (pp. 96-97)

Les auteurs mettent à l'avant-plan le travail et la proactivité des baby-boomers, il ressort de leur recherche une des constatations suivantes : « Mais ce qui est valorisé avant tout par cette génération sociale, c'est l'action, aussi bien dans le travail que dans la quête de solutions à des problèmes quotidiens » (Olazabal & al., 2009, p. 103). Conséquemment, les baby-boomers représentent la liberté, les revendications, l'action, le travail. C'est une génération contestataire, qui a fait bouger les choses et qui a changé les mentalités, et cette caractéristique non-conformiste dans l'histoire des baby-boomers pourrait très bien se répercuter sur les services qui leurs sont offerts à leurs retraites (MaloneBeach & Langeland, 2011, p. 128). À ce sujet, Sperazza et Banerjee (2010) constatent que : « As a group, it is believed that boomers are determined, do not recognize limits, and, in general, do not allow the aging process to negatively impact their lifestyles » (p. 199).

Mais qu'en est-il des séniors? Cette génération qui a connu de très près la Seconde Guerre ou qui l'a subie par ricochet. En se référant aux baby-boomers, Olazabal (2009) énonce : « Cet esprit revendicatif contraste en tous points avec l'esprit d'abnégation des rescapés de la guerre et de la Grande dépression [...] » (p. 19). On voit là une différence majeure; le sacrifice de soi pour autrui en contraste avec les revendications des baby-boomers. Selon Sperazza et Banerjee (2010), les individus de la *Greatest generation* sont conservateurs, traditionnels, fidèles à leurs marques et épargnants. Les auteurs ajoutent : « Characteristics that make up this generation are patriotism, hard working, saving money and spending little, close-knit families, and loyalty (Brokaw, 1998) » (p. 200). Pennington-Gray et Lane (2001), dans un article portant sur les préférences touristiques de la génération silencieuse, dressent un portrait de cette génération

The Silent Generation is one of caution, indifference, lack of adventure and imagination, and basically just "silent." The first half of the generation is one born during the Depression and, as a result, gives freely to charity, have a tender social conscience and believe in a fair process more than final results. (p. 76)

1.1.4.2 Valeurs dans leurs pratiques du loisir

Ces différentes caractéristiques et valeurs des seniors vont se refléter dans leurs pratiques de loisir. La recherche de Sperazza et Banerjee (2010) démontre que les pratiques en loisir des baby-boomers se différencient de celles des seniors parce qu'ils sont plus actifs physiquement au même âge et qu'ils ont des préférences pour les sports, les activités extérieures, les activités aquatiques et les activités de développement personnel (p. 210). Les auteurs considèrent que les professionnels devraient connaître les valeurs non morales de loisir (*leisure nonmoral values*) des participants afin d'être en mesure de planifier des programmations d'activités répondant aux intérêts des membres de leur communauté. Dans la même lignée, Cochran, Rothschild et Rudick (2009) préconisent une approche spécifique (*a boomer value approach*) qui s'appuie sur les valeurs suivantes : 1) la culture 2) le style de vie 3) la retraite et la poursuite des loisirs 4) l'économie et l'éducation (pp. 19-20). Dans une étude réalisée auprès de baby-boomers, MaloneBeach et Langeland (2011) arrivent à des conclusions similaires : « These respondents expected continuity in family involvement, they intended to increase their travel, work, education, and civil engagement » (p. 125). Le Tableau 1 résume une liste de caractéristiques se dégageant des différentes générations et des pratiques en loisir des deux groupes. Il est à noter que les caractéristiques ne sont pas associées directement à un seul type de pratiques.

Tableau 1

La liste des caractéristiques et des pratiques en loisir des deux groupes

	Caractéristiques	Types de pratiques en loisir
Baby-boomers (1946-1966)	Plus éduqués	Activités sportives et plus à risque
	Mieux nantis	Activités éducatives et créatives
	Valeurs plus libérales	Activités sociales
	et d'action	Activités de relaxation
Séniors (avant 1946)	Plus conservateurs	Activités plus sédentaires
	Travailleurs acharnés	Activités artisanales
	Épargnants	Activités socioculturelles

(Inspiré de Sperazza & Banerjee, 2010; Cochran, Rothschild & Rudick, 2009)

Conséquemment, cette nouvelle vague de retraités va obliger les organisations à modifier leurs offres de services et à adapter leur façon de communiquer leurs activités dans le futur. Dans leur article intitulé *Future Challenges for Senior Center Programming to Serve Younger and More Active Baby Boomers*, Fitzpatrick et McCabe (2008) énoncent : « Furthermore, to suit their busy and active lifestyles, new and updated programming will have to emerge to address the schedules of baby boomers and include activities that continue to promote health and wellness » (p. 201). Cela nous amène à explorer les enjeux et l'impact de ces changements sur les centres communautaires.

1.2 Les centres communautaires offrant des services de loisir

On retrouve dans cette section une revue des impacts positifs de la pratique d'activités de loisir, les contraintes limitant la participation et les rôles des centres communautaires dans leur approche de loisir.

1.2.1 Les impacts positifs de la pratique d'activités de loisir

En 2006, l'Observatoire québécois du loisir (OQL) publie sous la plume d'André Thibault un article sur les aînés et le loisir, *Traiter avec des personnes âgées*, qui porte sur la nouvelle génération d'aînés et les bénéfices du loisir. Il énonce que : « Quelles que soient les activités pratiquées, l'expérience de loisir des aînés revêt une dimension sociale qui répond à un besoin fondamental et essentiel à la qualité de vie » (p. 3). En effet, les auteurs sont unanimes à ce sujet, les bénéfices du loisir ont des impacts positifs importants sur la satisfaction de la vie (Kelly, Steinkamp & Kelly, 1987; Ragheb & Griffith, 1982; Riddick, 1985, Zumbo, 2003). Ces bénéfices contribuent à améliorer la satisfaction et la qualité de la vie. À ce sujet, Delisle (1999) insiste sur le fait qu'« [...] il est possible d'améliorer la qualité de la vie des personnes âgées et de leur donner la possibilité d'être plus heureuses en soutenant l'organisation de leurs loisirs par des mesures appropriées » (p. 191). La section 1.2.2 présentera les défis auxquels sont confrontés les professionnels et les organisations en loisir pour adapter cette offre.

1.2.1.1 Le loisir, le bien-être et la santé

Il existe une association significative entre la pratique d'activités de loisir, les aspects du bien-être chez les aînés et la qualité de vie (Carbonneau, 2011). Adams, Leibbrandt et Moon (2011) ont réalisé une revue critique de littérature des articles parus entre 1995 et 2009 traitant des activités sociales et de loisir en lien avec le bien-être. Il ressort de leur analyse que : « [...] *social* activities [...] followed by *physical* and unspecified *leisure* activities had the most associations with wellbeing, health or survival

[...] » (p. 700). La pratique d'activités intellectuelles, culturelles et solitaires ont aussi démontré un lien avec le bien-être dans huit études ainsi que les activités productives (*productive/instrumental*) et spirituelles (*spiritual/service*). Les auteurs conviennent que :

We can now be quite certain that individual characteristics, such as personality or gender, and intervening variables such as choice, meaning, or perceived quality of activity, play an important role in foresting wellbeing, above and beyond the type of activity or participation frequency. (p. 708)

D'autres recherches ont également pris en compte ces variables. Entre autres, il a été démontré que la motivation, comprenant l'autonomie psychologique et le développement de la compétence, joue un rôle important dans la pratique d'activités et le bien-être en résultant (Rousseau & al., 1995). Plus les activités sont significatives, plus le bien-être ressenti est grand. À ce sujet, Carbonneau (2011) énonce que : « Si le fait de pratiquer des loisirs influence de façon positive la qualité de vie, la démarche de l'individu face à ses loisirs serait (ainsi) aussi déterminante (Csikszentmihalyi, 1975, 1990; Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 1988) [...] » (p. 10). La pratique d'activités de loisir peut donc amener les participants à éprouver un état de bien-être psychologique, enrichir leur esprit et améliorer leurs habiletés (Reynolds, 2010). Fitzpatrick (2009, 2010) a démontré dans deux études effectuées dans des centres communautaires pour aînés à Montréal et auprès de femmes âgées que

- Les relations dyadiques et la pratique d'activités de loisir jouent un rôle positif sur la santé par la joie et le bonheur qu'elles procurent (2009, p. 1073);
- La pratique d'activités de loisir comme l'aérobic, les exercices d'étirement et de relaxation, les *brain fitness activities*, (apprendre une nouvelle langue, assister à des conférences, apprendre l'informatique, etc.) sont des indicateurs contribuant à maintenir les habiletés cognitives et la santé physique et mentale en général (2010, p. 30).

Simone et Haas (2009) abondent dans le même sens :

To maximize our cognitive ability in later life the evidence seems to suggest that we (1) maintain a social network that keeps us socially engaged with our world, (2) stay aerobically fit, and (3) expose ourselves to experiences that challenge us and promote learning. (p. 27)

D'ailleurs, Janke, Nimrod et Kleiber (2008) énoncent que : « There is considerable evidence that leisure interests and skills are important in creating and maintaining a sense of self (see Kleiber, 1999, for a review) » (p. 84).

Il est donc démontré que la pratique d'activités de loisir a des impacts sur le bien-être psychologique, la satisfaction de la vie, la santé physique et mentale et la survie (Agahi, Silverstein & Parker, 2011).

1.2.2 Les contraintes et la participation

Plusieurs recherches se sont aussi penchées sur le comportement participatif des aînés à des activités de loisir, les enjeux reliés aux contraintes à leur participation et les moyens pouvant être mis en place pour enlever les barrières et favoriser la participation.

Dans un article paru en 2005 dans l'OQL, Pauquay et Roche ont dressé un portrait des contraintes à la participation des aînés afin que les organismes puissent adapter leurs programmations et leurs services pour répondre aux besoins de cette population. Il est ressorti de cet article les contraintes suivantes : des contraintes affectives (p. ex. le manque de confiance), le manque de ressources financières, des problèmes d'accessibilité et des contraintes de santé (p. 1). Les auteurs mentionnent :

L'étude sur les besoins en loisir des 50 ans et plus (FADOQ, 2000) a révélé que ces personnes souhaiteraient avoir plus d'informations, être aidées dans le choix de leurs activités et avoir accès à un meilleur réseau de contacts regroupant des partenaires en loisir, d'autres groupes d'aînés ou d'autres générations. Elles souhaiteraient également avoir accès à des programmes d'activités diversifiées, ainsi qu'à des cours d'initiation aux nouvelles activités. (Pauquay et Roche, 2005, p. 2)

La participation à des activités de loisir et la satisfaction en loisir peut être influencée, entre autres, par plusieurs variables que l'on retrouve dans les écrits scientifiques : les facteurs socio-économiques, l'état de santé, les limitations fonctionnelles, l'éducation, le fait de vivre seul ou à deux (*living arrangement*), l'accessibilité, la connaissance, la compétence ou les habiletés, les obligations personnelles, l'avancement en âge (Agahi, Ahacic & Parker, 2006; Chou, Chow & Chi, 2004; Carbonneau, 2011; Crombie & al. 2004; Jansen, 2005; Kleiber & al., 2008; McGuire & Norman, 2005; Strain & al., 2002; Walker & al., 2004). Le Tableau 3 apparaissant au chapitre 2 synthétise les connaissances actuelles dans le domaine.

1.2.3 Le rôle des centres communautaires dans leur approche de loisir

Les centres communautaires jouent un rôle important dans la participation et l'intégration des aînés en leur offrant des services multiples. À ce sujet, Fitzpatrick (2010) précise : « Past research on senior centers and other community facilities serving elders has identified specific social supports and leisure activities related to the maintenance of physical and mental health among older adults (Fitzpatrick, Gitelson, Andereck, & Mesbur, 2005a) » (p. 31).

On retrouve plusieurs types d'organisations offrant des activités pour aînés au Québec : entre autres, les centres communautaires pour aînés (CCA) qui s'adressent aux personnes âgées de 50 ans et plus, et les centres communautaires de loisir (CCL) ayant un volet d'activités de loisir pour aînés. Les mêmes types de centres, communément appelés « *Senior centers* », se retrouvent également aux États-Unis. Les CCA, qui sont

chapeautés par l'Association québécoise des centres communautaires pour aînés (AQCCA), sont définis ainsi :

Un centre communautaire pour aînés (CCA) est un organisme à but non-lucratif qui, grâce à l'implication et à la participation des aînés et à la prise en charge de leurs propres besoins et aspirations, constitue un milieu de vie social, éducatif et communautaire (est exclu tout organisme ou association ayant le loisir comme principale activité). Il vise à promouvoir le bien-être et la qualité de vie des aînés et de la communauté. (AQCCA, 2012)

Tel que définis, les centres ont pour mandat, entre autres, de mettre sur pied des programmations d'activités éducatives, sociales, culturelles, de bien-être personnel, d'entraide, de bénévolat et de service à la communauté. Selon Deschamps (1998) : « Les C.C.A. représentent un prolongement de la famille, un endroit où les gens sont unis par un sentiment d'appartenance, un milieu de vie » (p. 15). Il ne fait aucun doute que ces organismes représentent un lieu rassembleur pour les aînés de tous les horizons et pour la pratique d'activités de loisir pouvant favoriser leur bien-être. Dans une autre sphère d'activités, la Fédération québécoise des centres communautaires de loisir (FQCCL) regroupe dans ses rangs près de 80 centres communautaires de loisir (CCL)⁷. Les centres adhérant à la FQCCL se doivent de «répondre» aux objectifs suivants :

1. Favoriser le développement intégral de la personne, le soutien aux familles et la prise en charge des citoyens dans leur communauté locale en utilisant le moyen privilégié du loisir communautaire, de l'action communautaire et de l'éducation populaire.
2. Agir en interaction avec les citoyens, les organismes, les associations du milieu.
3. Regrouper des gens au temps du loisir, en créant un milieu de vie dans un encadrement physique.
4. Participer à l'épanouissement de la famille en suscitant son ouverture et son autonomie.
5. Permettre à ses populations, regroupées par secteurs d'âge et par champs d'activités, l'accès aux principales formes de loisir, d'action communautaire et d'éducation populaire. (FQCCL, 2012)

⁷ Voir le site de la FQCCL au <http://www.fqccl.org/>

Les CCL jouent un rôle de premier plan dans l'offre de services en loisir à la population. Dans un mémoire publié en octobre 2007 dans le cadre de la consultation sur les conditions de vie des aînés intitulé *Pour une contribution des aînés au développement de la société québécoise*, la FQCCL a soumis des propositions visant à améliorer cette contribution : « Elles visent à soutenir la construction de projets de société amenant une interaction entre les aînés et les autres couches de la société présentes dans un centre communautaire de loisir » (FQCCL, 2007, p. 7). Conséquemment, les missions et objectifs des CCA et des CCL au sein de leur communauté sont de créer des milieux de vie permettant l'intégration des aînés, le développement ou le maintien de leur autonomie et de leur contribution sociale. De plus, l'apport des centres communautaires au bien-être des participants ne fait plus aucun doute dans la littérature, comme l'affirment Fitzpatrick et al. (2005a) : « Past research indicates that leisure activities and recreational services provided at senior centers contributes to the maintenance of mental and physical health through various forms of activities (Fitzpatrick, 1995; Fitzpatrick et al., 2001; Krout, 1996; Peraltra, 1980) » (p. 18).

Dans un mémoire présenté par l'Association québécoise de gérontologie (AQG) *Quelques recommandations pour favoriser une plus grande contribution des aînés à la société*, Delisle (2008) préconise notamment de : « Fournir aux groupes communautaires et aux intervenants les moyens nécessaires pour rejoindre les aînés susceptibles de contribuer à l'amélioration de la qualité de vie de leurs concitoyens » (p. 8). Cette recommandation vient confirmer qu'une meilleure connaissance des opportunités de loisir et de bénévolat offertes par les centres communautaires peut favoriser la participation des aînés et la contribution de ces derniers.

Plusieurs recherches ont été menées sur les « *senior centers* » dans la dernière décennie. Ces études mettent en lumière les différentes problématiques et l'ampleur des enjeux qui font déjà partie des préoccupations des centres communautaires s'adressant aux aînés (Aday, Kehoe & Farney, 2006; Ashida & Heaney, 2008; Cochran, Rothschild

& Rudick, 2009; Fitzpatrick & McCabe, 2008; Marken, 2005; Pardasani, 2010; Sperazza & Banerjee, 2010; Walker & al., 2004).

Depuis quelques années, des chercheurs américains ont démontré que la participation des aînés dans les « *senior centers* » est en baisse (Fitzpatrick & McCabe, 2008; MaloneBeach & Langeland, 2011; Pardasani, 2010; Walker & al., 2004), et plusieurs études ont été effectuées afin d'expliquer les motifs de cette baisse. Fitzpatrick et McCabe (2008) stipulent : « Recent studies report a decline in senior center participation for reasons of stigma, lack of awareness, and lack of interest (Area Agency on Aging, 2005; Calsyn & Winter, 1999; Strain, 2001; Turner, 2004; Walker, Bisbee, Porter, & Flanders, 2004) » (p. 199). L'état de santé, le transport et la non homogénéité dans la population ciblée sont également des variables importantes dans la diminution de la fréquentation (Walker & al., 2004). Selon l'étude de Carbonneau (2011) portant sur le portrait des pratiques en loisir des Québécois de 50 ans et plus, il ressort dans les faits saillants que les principales contraintes à la participation sont

Les obligations et les contraintes matérielles sont les deux types de contraintes les plus importantes pour les personnes de 50 ans et plus.

Au plan des contraintes personnelles, ce sont les contraintes liées à la connaissance qui dominent tant pour ce qui est de la connaissance des possibilités que des occasions d'initiation.

Les contraintes liées à la connaissance sont plus marquées chez les personnes de plus de 70 ans.

Les contraintes liées à l'accessibilité prennent plus d'importance pour le groupe des personnes de plus de 80 ans. (p. 52)

Finalement, les centres communautaires, qui jouent un rôle majeur dans la participation des aînés à des activités de loisir, devront identifier les contraintes pouvant nuire à une telle participation et mettre en place des moyens, des mécanismes et des outils afin de répondre aux besoins de loisir des clientèles âgées.

1.2.3.1 Les clientèles âgées des CCA et des CCL

Les professionnels du loisir doivent commencer à se préparer afin d'accueillir une population âgée constituée des baby-boomers et des séniors (Hostetler, 2011). Selon Pardasani (2010) : « Program coordinators are faced with choice of integrating all participants across the age span or offering age-segregated programming to diversify participation » (p. 63). Les « *senior centers* » vont devoir déterminer à qui ils veulent s'adresser, en d'autres mots, quels types de clientèles veulent-ils desservir et comment (Pardasani, 2010). Dans le contexte décrit précédemment, la clientèle est diversifiée, elle est constituée de jeunes aînés qui sont en bonne forme physique et d'aînés beaucoup plus âgés qui ont des limitations fonctionnelles plus importantes et une santé plus fragile; deux populations différentes qui ne participent pas nécessairement aux activités des centres. Les plus jeunes désirant des activités plus conformes à leurs styles de vie et les plus âgés, des programmes adaptés à leurs besoins et leurs contraintes, ce qui place les centres pour séniors devant des choix difficiles (Walker & al., 2004).

Une des questions posées par Hostetler (2011) dans son article *Senior centers in the era of the "Third Age:" Country clubs, community centers, or something else?* est celle-ci : « But what are the implications, for how we value our oldest citizens and prepare young seniors for dependency, if senior centers are re-imagined as "successful-aging business[es]" (Beisgen, & Kraitichman, 2003, p. 368.)? » (p. 168). En effet, cette question est au cœur de la problématique : quelles sont les différentes orientations que peuvent prendre les centres pour séniors pour inclure dans leurs offres de services des activités s'adressant aux aînés plus âgés? Krout (1996) s'est penché sur les services offerts aux aînés plus vulnérables dans les centres pour séniors et il a constaté : 1) d'une part qu'il existe des programmes conçus pour les aînés plus fragilisés afin de maintenir ou améliorer leur santé physique et mentale, 2) mais que ces programmes manquent d'information et de documentation, que ce soit dans le processus d'implantation ou dans leur évaluation. Ces manquements s'expliquent par le manque de fonds et de

planification des dirigeants (*community*). C'est pourquoi l'auteur considère qu'il faut prendre en considération les besoins des aînés plus vulnérables dans les services offerts

Yet, as senior center user populations « age-in-place » and to the degree that the young-old choose other activities, senior centers will face increasing numbers of physically and mentally frail participants in need of supportive programming. Thus, there is a demographic, as well as social, imperative for more information on and support of center activities for at-risk older persons. (Krout, 1996, p. 32)

Conséquemment, plusieurs facteurs doivent être pris en considération dans la planification des offres de services, et répondre aux besoins de ces différentes populations est un réel défi pour les professionnels du loisir.

1.2.3.2 Les indicateurs de participation

Selon Fitzpatrick et al. (2005b), la mise sur pied de programmes de nutrition adéquats et accessibles, les opportunités de travail au centre et le fait de demeurer à proximité augmentent la fréquentation et est bénéfique pour la santé et la socialisation (p. 37). Dans une autre étude réalisée dans des centres pour seniors dans le sud de l'Ontario, Fitzpatrick et al. (2005a) analysaient quels étaient les facteurs de support social influençant la santé « *by examining formal and informal social support factors and their relationship to health across a senior center population in Canada* ». Il se dégage de cette étude un constat : « In general, social support factors (caregiving and advice) appear to be important indicators of physical and mental health for senior center participants » (p. 32). D'ailleurs, les résultats des analyses font ressortir que : le fait de dîner au Centre, de faire du bénévolat, de vivre seule et de commencer une nouvelle activité, ont un impact positif significatif sur la perception des participants de leur santé (p. 32). Aday, Kehoe et Farney (2006) ont démontré que la fréquentation des centres pour seniors a un impact positif sur la santé et le bien-être des femmes vivant seules par

le biais des nouvelles amitiés qu'elles créent, des réseaux sociaux auxquels elles prennent part et par la participation à des activités. Les auteurs constatent

One finding from this study epitomizes the importance of social networks located in such places as senior centers in helping women living alone: women who live alone indicated a significantly greater improvement in life satisfaction than married women. It is evident that older women who live alone are more likely to need opportunities to connect with new friendships, thereby reducing loneliness and providing a more positive outlook. (p. 70)

Dans une autre étude portant sur les réseaux sociaux et les intentions de participation des aînés à des activités de loisir dans un centre pour séniors, Ashida et Heaney (2008) observent que : « For older adults who are feeling socially and emotionally disconnected, senior centers can provide opportunities to create new social ties with people who live in their own community » (p. 53). Donc, il ressort de l'étude que les aînés qui se perçoivent comme ayant un réseau social très développé sont moins enclin à avoir l'intention de participer aux activités du centre pour séniors. D'autre part, les aînés qui ont l'intention de participer sont portés à vouloir communiquer avec d'autres personnes et moins à avoir recours à des services de support social. Un fait demeure cependant, les aînés ayant le moins de support social n'étaient pas enclins à participer (p. 53).

Walker et al. (2004) ont analysé les facteurs pouvant devenir des indicateurs de la participation (*predictors*) aux activités des centres pour séniors et les raisons expliquant leur diminution. Outre les éléments ayant un impact sur la non-participation des aînés dans les centres pour séniors déjà explicités par les auteurs, ces derniers ont trouvé les indicateurs suivants : 1) la participation à des activités confessionnelles (*faith-based activities*) est en lien avec la participation et la fréquentation, 2) la taille des groupes et des locaux, 3) la connaissance des activités, le nombre d'activités connues par les participants et 4) le transport disponible (Walker & al., 2004, p. 360). Dans leurs huit recommandations se dégageant de l'étude, les auteurs énoncent au point 6

Many of the seniors and directors believe that the centers need to be marketed because many seniors do not know about them, the activities they provide, or the benefits seniors could receive from attending them. Even many of the seniors who were already coming to the noon meal and perhaps joining in one or two activities were not aware of all the activities offered. (p. 363)

En conséquence, les professionnels du loisir travaillant avec et pour les aînés devront mettre sur pied des stratégies de marketing permettant de les rejoindre (Ashida & Heaney, 2008; Fitzpatrick & McCabe, 2008; Pardasani, 2010). À ce sujet, Ashida et Heaney (2008) énoncent

Marketing messages can be developed so that programs are appealing to individuals with such network characteristics by acknowledging the existence of potential problems (e.g., family and friends moving away) and providing a possible solution (e.g., participating at the senior center can help develop new social ties). (p. 53)

Dans beaucoup d'études, il appert que le manque d'information ou de connaissance des offres de service est une raison importante pour laquelle les individus ne participent pas aux activités dans les centres pour seniors (Carbonneau, 2011; Fitzpatrick & McCabe, 2008; Pardasani, 2010; Walker & al., 2004).

En effet, selon les orientations envisagées par les centres communautaires, une étude des besoins en loisir de leur population devra être entreprise afin de bien cerner les activités et les modes de fonctionnement de participation. Marken (2005), dans une recherche qualitative auprès de retraités et de pré-retraités, a identifié quatre facteurs importants pour les aînés fréquentant les centres pour seniors : le contexte (l'apparence des lieux); les qualités positives des activités (*positive activity attributes*); un vieillissement en santé; et les contacts intergénérationnels. À cet effet, il propose quatre recommandations à mettre en application dans les centres pour seniors

- 1) Recommendation 1: Balance aesthetics and practicality in the environmental landscape of the public space.
- 2) Recommendation 2: Offer opportunities for high-quality social engagement and activity.
- 3) Recommendation 3: Integrate health promotion into every detail of the physical and social environment.
- 4) Recommendation 4: Broaden the scope of senior center programs to include activity across the lifespan. (pp. 80-82)

Les professionnels du loisir vont donc devoir réévaluer leurs offres de services en fonction des intérêts et des besoins de cette population en mouvance. Mais comment concilier ces deux approches, celle du « Baby-boomers approach » (Cochran, Rothschild & Rudick, 2009; Sperazza & Banerjee, 2010) tout en rencontrant les besoins des aînés plus âgés (Fitzpatrick & McCabe, 2008; Hostetler, 2011; Marken, 2005)? Hostetler (2011) propose de joindre les deux populations dans des activités intergénérationnelles, dans la réhabilitation d'activités traditionnelles et dans une optique de préparation au vieillissement :

[...] centers should create more spaces and opportunities for older and younger seniors to interact—as peers, as mentors and mentored, and as caregivers and recipients. Despite financial and other barriers, senior centers may actually be better positioned than for-profit organizations to realize the “spectrum of care” approach, given the latter's exchange-based approach to care, relative isolation from the surrounding community, and common physical separation of different levels of service (e.g., independent living, assisted living, skilled nursing). (p. 176)

Le rôle joué par les organisations offrant des services et des activités aux aînés est, tel que démontré, important pour les communautés dans un contexte de vieillissement actif. Comme nous l'avons vu, une multitude de possibilités est offerte aux participants dans la découverte de nouveaux réseaux sociaux, dans l'amélioration de leur qualité de vie, dans l'apprentissage d'habiletés, dans les services de soutien social, dans le maintien de leur santé physique et mentale, ainsi que dans leur contribution sociale. Mais afin que les aînés puissent bénéficier de tous ces services, il faut qu'ils soient en mesure de les connaître, de les comprendre et d'y avoir accès.

1.3 Problématique

Considérant ces informations, le présent mémoire vise à combler des lacunes se retrouvant dans l'absence partielle de connaissances (Chevrier, 2009, p. 64) concernant l'impact de l'éducation au loisir et des principes du marketing des services sur la participation à des activités organisées de loisir dans des centres communautaires, par la population aînée âgée de 70 ans et plus, dans un contexte québécois. En effet, tel que présenté antérieurement, l'étude de Carbonneau (2011) énonce dans ses faits saillants que : « Au plan des contraintes personnelles, ce sont les contraintes liées à la connaissance qui dominent tant pour ce qui est de la connaissance des possibilités que des occasions d'initiation » (p. 52). Dans leur recherche documentaire, Raymond et al. (2008) constatent que la connaissance des possibilités de participation sociale est un des facteurs environnementaux influençant la participation sociale (p. 42). De plus, dans l'optique d'une approche marketing, Dupont (2010) affirme que :

En raison du manque d'attention accordé à l'étude de la représentation des gens âgés dans la publicité, beaucoup reste à faire pour comprendre les plus âgés. La démarche qui consiste à croiser la littérature sur la gérontologie et celle sur la publicité et le marketing incite à de nouvelles recherches, pour expliquer et comprendre les consommateurs plus âgés. (p. 52)

Conséquemment, les lacunes se retrouvent dans la communication et la transmission de l'information ainsi que le manque de connaissance et de compréhension quant aux offres de services disponibles afin de favoriser la participation à des activités organisées de loisirs chez la population aînée. D'autre part, nous avons décidé d'axer notre recherche sur les aînés de 70 ans et plus puisqu'il ressort dans l'étude de Carbonneau (2011) que : « Les contraintes liées à la connaissance sont plus marquées chez les personnes de plus de 70 ans » (p. 52). Par conséquent, les contraintes à la connaissance ou à la compréhension des offres de loisir sont plus présentes dans cette tranche d'âge de la population. Il nous apparaît donc important d'étudier la participation des 70 ans et plus dans un contexte où l'espérance de vie augmente considérablement.

Cette mise en contexte fait ressortir les différentes problématiques auxquelles seront confrontés les principaux acteurs évoluant dans le milieu du loisir pour aînés, à savoir :

- Comprendre les comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-participatifs) des aînés afin de mieux les intégrer;
- Développer des offres de services qui soient compréhensibles en utilisant l'éducation au loisir comme porte d'entrée pour l'acquisition de compétences dans la pratique d'activités de loisir, et qui soient adaptées en termes de besoins en loisir - et accessibles - entre autres, par une meilleure utilisation des outils de communication à leur disposition;
- Développer des stratégies de communication marketing afin de rejoindre la population aînée, lui transmettre l'information permettant de lui offrir des services et favoriser sa participation.

1.4 Question de recherche et objectifs principaux

La question de recherche se formule ainsi : comment peut-on favoriser la participation des aînés âgés de 70 ans et plus aux activités de loisir organisées par un centre communautaire de loisir ou pour aînés par l'utilisation et l'adaptation des notions de l'éducation au loisir et des principes du marketing des services?

La question reflète la problématique générale de la recherche, qui s'articule autour du vieillissement de la population, des programmes mis sur pied afin de répondre aux besoins de cette population non homogène, du rôle des centres communautaires et de l'importance de la participation des aînés à des activités de loisir et ce, dans une perspective de « vieillissement actif et en santé ».

La présente recherche tentera 1) de comprendre les comportements des aînés dans leur participation à des activités organisées de loisir dans des centres communautaires afin de comprendre ce qui limite l'accès à cette participation, 2) d'explorer plus en

profondeur les contraintes et les motivations des aînés et 3) de dresser un portrait de leurs pratiques en loisir. Elle cherchera à déterminer :

- comment les notions de l'éducation au loisir peuvent être utilisés et adaptés dans les offres de services; et
- quelles sont les principes du marketing des services applicables aux offres de services et quelles sont les meilleures stratégies de communication du marketing des services qui permettent de transmettre l'information à la population aînée;

le tout afin que les aînés soient en position de comprendre, de choisir, de participer et de développer des aptitudes dans la pratique d'activités de loisir dans des centres communautaires. Finalement, ce mémoire se veut une contribution afin de dresser un portrait des différentes stratégies permettant aux aînés d'adopter un comportement participatif et de développer leur capacité à réaliser une activité, par le biais de l'éducation au loisir et le marketing des services.

1.5 Pertinence sociale et scientifique

La pertinence sociale de cette recherche se situe dans un contexte où l'augmentation de la population à l'étude va provoquer des bouleversements dans la société. Cette recherche s'inscrit dans la lignée des études produites par l'OMS et les gouvernements depuis les dix dernières années où les mécanismes pour encourager le vieillissement actif et en santé sont mis en place. C'est dans cette optique qu'une meilleure connaissance des comportements participatifs (et non participatifs) en loisir des aînés peut favoriser leur participation pour une plus grande intégration. Amener les aînés à sortir de l'isolement et, par l'alternative des centres communautaires, encourager ces derniers à jouer un rôle actif au sein de leur communauté.

La pertinence scientifique s'établit dans l'avancement des connaissances par l'exploration et la description d'outils et de programmes pouvant être adaptés et utilisés pour mieux comprendre et rejoindre la population aînée. La participation,

principalement la participation sociale, des aînés est un concept dont les multiples facettes ont amené les chercheurs à vouloir en connaître davantage afin de mieux en cerner toutes les dimensions. Cette recherche s'inscrit donc dans la continuation de cette exploration, en y abordant la problématique sous l'angle de la transmission de l'information, celui du rôle de l'éducation au loisir et des principes de marketing des services.

Chapitre 2

Présentation du cadre conceptuel

Le présent chapitre porte sur la présentation du cadre conceptuel. Le cadre a été élaboré selon deux approches disciplinaires : le marketing et la gérontologie. La première partie présente les théories retenues applicables à la problématique. La deuxième partie porte sur l'analyse des concepts soit : la participation, les notions de l'éducation au loisir et les principes du marketing des services. Finalement, la dernière section expose la schématisation des concepts.

Le premier constat, élaboré dans la problématique, est l'augmentation importante de la démographie de la population âgée; l'émergence de deux groupes – les baby-boomers et les seniors – et les impacts de cette diversité de population sur les offres de services et les structures des centres communautaires.

Le deuxième constat qui ressort de la problématique est que la pratique d'activités de loisir apporte du bien-être et constitue un moteur de participation sociale ayant un impact positif sur la qualité de vie permettant l'amélioration ou le maintien de la santé mentale et physique.

Le troisième constat est que des recherches dans le domaine du loisir font référence à l'importance d'élaborer des stratégies de marketing dans la gestion des centres de loisir pour âgés afin de les rejoindre.

Approches disciplinaires

Le présent projet de recherche est analysé selon deux approches disciplinaires, soit le marketing, par l'exploration du marketing des services – et la gérontologie – par l'étude d'une population âgée de 70 ans et plus.

Le marketing des services s'inscrit dans un contexte où les entreprises de services ont connu une forte augmentation qui ne cesse de croître (Lovelock & al., 2008). Afin de répondre aux spécificités de ce secteur, des stratégies adaptées et modelées pour les entreprises des services ont été mises en place (Langlois & Tocquer, 1992). Donc, l'application du marketing des services au secteur des loisirs s'avère appropriée dans la mesure où les organisations visées offrent des programmations de loisirs, donc des services. Horner et Swarbrooke (2005) dans un livre consacré au marketing du loisir énonce sur l'application du marketing des services

The developed countries of Europe have seen a gradual shift of emphasis in economic output from the product sector to the service sector. The development of services ranging from hotels to educational establishments, and from airlines to leisure parks has been both rapid and complex.

Many service organisations such as the banks and airlines have embraced the marketing philosophy. There are many service organisations, however, which have only just started to adopt the marketing philosophy. The marketing of higher education establishments, for example, has recently added a new perspective to service marketing. (p. 15)

Dans le cadre de notre mémoire, nous avons choisi de mettre en application les principes du marketing des services malgré le fait que dans la conception et l'organisation des différentes approches marketing, ils puissent y avoir des similitudes avec le marketing traditionnel, soit celui des produits (Horner & Swarbrooke, 2005). Par ailleurs, il est à noter que les notions de marketing applicables au domaine du loisir viennent puiser dans plusieurs approches et prennent différentes formes dans ce qui constitue leur mix marketing (Cochran, Rothschild & Rudick, 2009; O'Sullivan & Spangler, 1998; Hurd, Barcelona & Meldrum, 2008).

L'approche gérontologique sera quant à elle utilisée par l'étude des contraintes liées au vieillissement dans la pratique d'activités de loisir et par l'analyse des théories gérontologiques s'y rattachant, et qui sont présentées dans la section suivante.

2.1 Les théories retenues

Un grand nombre de théories gérontologiques ont été élaborées sur le vieillissement. Nous avons retenu, pour les fins du présent projet la théorie de la continuité, la théorie de l'optimisation sélective avec compensation et la théorie de l'innovation. Ces théories s'appliquent dans le contexte actuel de notre recherche et sont brièvement présentées dans le tableau 2. Elles seront explicitées plus en détail dans les paragraphes qui suivent.

Tableau 2

Les théories gérontologiques applicables au projet de recherche

Les théories	Explication
Théorie de la continuité (Atchley, 1991; Neugarten, Havighurst, & Tobin, 1968)	Les individus continuent - ou non - de pratiquer les mêmes activités lorsqu'ils vieillissent.
Théorie de l'optimisation sélective avec compensation (<i>selective optimization with compensation theory</i>) (Baltes & Baltes, 1990)	Les individus choisissent de minimiser les effets négatifs liés au vieillissement et de maximiser leur potentiel (rencontrer le but fixé) dans des activités nouvelles ou différentes.
Théorie de l'innovation (Nimrod & Kleiber 2007; Nimrod, 2008)	Cette théorie très récente explore la dynamique selon laquelle innover crée des nouvelles possibilités à l'âge de la retraite et a un impact sur le bien-être.

Le choix de ces trois modèles théoriques est basé sur l'exploration d'écrits scientifiques portant sur les théories gérontologiques dans le domaine du loisir. Les théories de la continuité et de l'optimisation sélective avec compensation (SOC) sont citées à plusieurs reprises dans la littérature et nous apparaissent pertinentes dans la présente recherche par leur pouvoir explicatif sur la participation en loisir (Adams, Leibbrandt & Moon, 2011; Agahi, Ahacic & Parker, 2006; Burnett-Wolle & Godbey, 2007; Kleiber et al., 2008; McGuire, Boyd & Tedrick, 2004). La théorie de la continuité propose une continuation des habitudes et des activités en loisir au travers du temps : « Continuity theory proposed consistency and coherence in leisure patterns over time, with individuals preferring to engage in activities that are familiar to them » (Janke, Davey & Kleiber, 2006, p. 286). Et la SOC nous apparaît comme une théorie cherchant à diminuer les effets négatifs liés aux contraintes et son application à une population âgée confrontée à certaines limitations s'avère tout à fait appropriée dans notre mémoire qui explore les comportements en loisir des personnes âgées de 70 ans et plus.

La théorie de l'innovation représente quant à elle une voie nouvelle venant compléter les deux premières, et ce, tel qu'énoncé par Nimrod et Rotem (2012) : « The Innovation Theory of Successful Ageing complements, rather than contradicts, existing ageing theories, such as the Activity Theory (Havighurst 1963), the Continuity Theory (Atchley 1999) and the Selective Optimization with Compensation (SOC) model (Baltes and Baltes 1990; Baltes and Carstensen 1999) » (p. 384). Cette théorie, en pleine évolution, est à retenir dans l'optique où elle fera l'objet d'autres recherches pouvant expliquer les dynamiques des futures générations d'aînés.

D'autre part, à la suite d'une analyse des principaux écrits dans le domaine, nous avons pris la décision de ne pas retenir, entre autres, la théorie de l'activité, qui est amplement citée dans les recherches en loisir : « Activity theory continues to appear in the literature and the link between active engagement and research continues to provide some support for the activity theory » (McGuire, Boyd & Tedrick, 2004, p. 25).

Selon Adams, Leibbrandt, et Moon (2011), la théorie de l'activité s'appuie sur deux prémisses : « [...] that wellbeing in older adults is promoted by (a) higher levels of participation in social and leisure activities, and (b) role replacement when roles must be relinquished (Havighurst, 1961) » (p. 684). Ces principes sont ensuite repris et conceptualisés à l'intérieur d'une théorie par Lemon et al. en 1972 (dans McGuire, Boyd & Tedrick, 2004, p. 24-25). En effet, la théorie de l'activité s'inscrit en complète contradiction avec la théorie du désengagement par l'importance qu'elle accorde à l'engagement actif dans des activités. Selon la théorie de l'activité, le vieillissement réussi et le bien-être des individus est directement lié à la quantité d'activités auxquelles ils participent et plus précisément aux rôles tenus par ces derniers, le « *role support* » (McGuire, Boyd & Tedrick, 2004). McGuire, Boyd et Tedrick (2004) ajoutent : « At the heart of activity theory is the belief that the loss of activity, without replacing those activities, result in a decrease in life satisfaction (Lemon et al., 1972) » (p. 25). McGuire, Boyd et Tedrick (2004) considèrent donc que cette théorie est basée largement sur la théorie des rôles, qui constate que les rôles changent au courant du cycle de la vie et du passage à la vieillesse. « Les aînés doivent renoncer aux rôles typiques de l'âge adulte et les remplacer par la retraite et l'acceptation de relations propres à la vieillesse » (Raymond & al., 2008, p. 98). C'est par ailleurs l'une des critiques qui est soulevée par McGuire, Boyd et Tedrick (2004) à l'effet que :

In the formal statements of activity theory, there are no reasons why it is a theory of aging as opposed to a general theory of adaptation and life satisfaction. It is only truly a theory of aging if the underlying belief is that old age is characterized by role loss and/or role change more so than younger ages. To the extent that old age is characterized by role loss, activity theory would come close to disengagement theory. (p. 25)

Une autre critique formulée à l'égard de cette théorie est qu'elle ne tient pas compte des différences et des valeurs individuelles : « Both the activity and successful ageing paradigms will be strengthened by consideration of the individual older adult, for example by recognising that all activities are not equally valued by all older adults for

disparate psychological, developmental and pragmatic reasons » (Adams, Leibbrandt & Moon 2011, p. 708).

Les limites de la théorie de l'activité relativement à l'objet d'étude nous ont donc amené à ne pas la retenir dans notre cadre conceptuel, axant notre choix sur des théories pouvant s'appliquer à des expériences de loisir diverses et qui tiennent compte des multiples variables pouvant avoir un impact sur le vieillissement. Janke, Davey et Kleiber (2006) énoncent à ce sujet : « A significant limitation of both the disengagement and activity theories is that neither accounts for the previous leisure experiences, health, and personal characteristics of individuals that may affect their leisure patterns in later life » (p. 286).

Finalement, les trois théories décrites ci-dessous vont servir de modèle théorique dans l'interprétation des comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-participatifs) des aînés à des activités de loisir, tel que démontré dans la Figure 2 (Schématisation des concepts), illustrée dans la section 2.3.

2.1.1 Théorie de la continuité

Les prémisses de la théorie de la continuité ont été élaborées par Neugarten, Havighurst et Tobin (1968) qui ont observé dans l'analyse des résultats d'une recherche que ni la théorie de l'activité ni celle du désengagement ne s'appliquaient aux résultats observables (p. 176). Ce qui retient l'attention dans cette recherche est la constatation qu'il y a des individus qui se désengagent et d'autres qui maintiennent un haut degré d'activités et les deux types de comportements peuvent apporter une satisfaction de la vie aux individus : « There are some older persons who are low in social role activity and who have high life satisfaction; and vice-versa, there are others who are high in activity, but low in satisfaction » (Neugarten, Havighurst & Tobin, 1968, p. 173). En effet, à la suite de ces résultats, les auteurs ont développé huit « *patterns of aging* » en classifiant les individus selon les critères suivants : quatre types de personnalités,

l'étendue de leurs rôles sociaux et leur degré de satisfaction de la vie (McGuire, Boyd & Tedrick, 2004, p. 26).

Devant ce constat, Atchley (1991), l'auteur majeur dans le développement de la théorie de la continuité a tenté d'approfondir les stratégies de l'adaptation. Il stipule à cet effet, que cette théorie est basée sur les stratégies d'adaptation des individus tout au long de leur vie. Delisle (1999) expose les deux types de continuité de la théorie d'Atchley, la continuité interne et la continuité externe, qui font référence à :

La première renvoie à la préservation des aspects psychologiques et cognitifs du style de vie de l'individu, soit : ses idées, son tempérament, son affectivité, ses préférences et habiletés. La continuité externe est celle de l'environnement physique et social de l'individu, soit : les relations sociales liées aux rôles joués ainsi que les activités qui s'y rattachent. (p. 171)

Atchley (1991) explique : « Continuity does not mean that nothing changes; it means that new life experiences occur against a solid backdrop of familiar and relatively persistent attributes and processes for both the self and the environment » (p. 260). La théorie de la continuité demeure une théorie qui permet de mieux comprendre les mécanismes du vieillissement et leurs impacts sur la participation à des activités. Dans notre projet de recherche, la référence à cette théorie est d'autant plus pertinente puisque l'analyse des expériences en loisir des participants permettra d'observer la continuité de leur comportement et les stages adaptatifs qui ont eu lieu. Burnett-Wolle et Godbey (2007), dans leur article *Refining research on older adult's leisure : implications of selection, optimization, and compensation and socioemotional selectivity theories*, énoncent : « Continuity is commonly used in the study of older adult's leisure behavior (Godbey, 1999; Mannell & Kleiber, 1997). It stipulates that age related change threaten inner psychological well-being and outward social behaviour (Atchley, 1989) » (p. 499). Conséquemment, les individus qui s'adaptent par différentes stratégies aux changements peuvent préserver leurs habitudes de vie et leur bien-être (Burnett-Wolle & Godbey, 2007). Dans une étude longitudinale sur la continuité de la participation à des activités de loisir de la vie adulte à la vieillesse intitulée *Continuity of leisure participation from*

middle age to old age conduite par Agahi, Ahacic et Parker (2006), les auteurs exposent les bases de la théorie de la continuité :

According to the continuity theory of aging (Atchley, 1989, 1999a, 1999b) individuals do not really change as they age; they just become «more» of what they have always been. Observed continuity and consistency as individuals age in patterns of thought, activities, and habits, despite considerable in health and social conditions, have given rise to the continuity theory. [...] According to the continuity theory, maintaining patterns of thought, activities, and habits is the most common strategy for adaptation, although not the only one. (p. S340)

Les résultats de la recherche démontrent que : « People seem to adjust their activities rather than changing them » (p. S345), ce qui vient renforcer les prémisses de la théorie de la continuité à l'effet que le vieillissement ne change pas les activités des individus et que ces derniers cherchent à continuer dans leurs us et coutumes. McGuire, Boyd et Tedrick (2004) concluent que la théorie de la continuité reflète le comportement des individus cherchant à continuer leurs activités lorsqu'ils vieillissent, en ajoutant : « Thus, continuity is to some extent negotiated based on personal style and situational opportunities » (p. 28). Cependant, la théorie de la continuité ne s'adresse pas à tous les individus, comme le soulignent Burnett-Wolle et Godbey (2007) : « The theory only applies to people who experience « normal aging », not « pathological aging » (Atchley, 1989, p. 183) » (pp. 499-500). Ce qui nous amène à explorer la théorie de l'optimisation sélective avec compensation.

2.1.2 Théorie de l'optimisation sélective avec compensation

Les premières bases de la théorie de l'optimisation sélective avec compensation ont été élaborées en Allemagne par Baltes et Baltes dans les années 1990. Ces deux chercheurs sont issus de l'approche de la gérontologie psychosociale et leurs recherches se concentraient sur les mécanismes et les concepts reliés au vieillissement réussi (Hummel, 2002; Leclerc, 2007). Selon Hummel (2002) :

Les travaux des Baltes n'insistent pas tant sur la définition du vieillissement réussi (qui peut intégrer une multitude d'éléments objectifs et subjectifs, éléments qui peuvent varier dans le temps et d'un individu à l'autre) que sur le processus du vieillissement réussi. La perspective adoptée est donc dynamique : le vieillissement réussi n'est pas le résultat de diverses stratégies adaptatives, mais l'ensemble des stratégies adaptatives elles-mêmes, celles-ci ayant pour but de permettre l'accumulation, la préservation et la gestion des ressources dans le grand âge. (p. 47)

Afin de développer leur théorie, les auteurs ont identifié et défini deux concepts majeurs sur lesquels repose leur modèle conceptuel : la variabilité interindividuelle « *interindividual variability* » et la plasticité intra-individuelle « *intraindividual plasticity* » (Baltes & Baltes, 1990; Leclerc, 2007). Leclerc (2007) les définit ainsi :

Le premier fait référence à l'incroyable diversité de formes et de degrés de vieillissement d'une cohorte à une autre ou même chez des individus du même groupe d'âge; le second renvoie à la capacité d'adaptation, de changement et de résilience chez des personnes d'âge parfois très avancé. (p. 71)

Cette théorie s'articule autour de trois processus psychologiques d'adaptation générale : la sélection, l'optimisation et la compensation (Baltes & Baltes, 1990; Leclerc, 2007; McGuire, Boyd & Tedrick, 2004; Burnett-Wolle & Godbey, 2007). Baltes et Baltes (1990) énoncent : « We believe, however, that the process of selective optimization with compensation takes on a new significance and dynamic in old age because of the loss of biological, mental, and social reserves » (p. 21). Leclerc (2007) considère qu'« [i]l s'agit donc essentiellement d'une théorie de l'adaptation dans une situation de vieillissement » (p. 71). Les trois processus : la sélection, l'optimisation et la compensation sont explicités en détail dans les lignes qui suivent.

Sélection

Le premier processus est la sélection, qui fait référence « à la restriction croissante des domaines de fonctionnement » (Leclerc, 2007, p. 72) due à une diminution ou un

changement des capacités reliées au vieillissement. Cet élément consiste dans l'action de choisir selon ses besoins, ses ressources, et ses limites ou restrictions. Burnett-Wolle et Godbey (2007) énoncent : « It includes goal identification, prioritization, and commitment. In addition to establishing and modifying goals, selection includes eliminating unattainable goals » (pp. 501-502). La sélection peut se faire en diminuant ou en éliminant des secteurs d'activités ou dans un processus de découverte de nouvelles activités ou de nouveaux objectifs. Au final, c'est l'atteinte d'une satisfaction qui est importante, selon Baltes et Baltes (1990) : « Thus, the process of selection implies that an individual's expectations are adjusted to permit the subjective experience of satisfaction as well as personal control » (p. 22).

Optimisation

Le deuxième processus est l'optimisation qui consiste à maximiser ses choix et ses comportements. Baltes et Baltes (1990) considèrent que l'optimisation : « [...] reflects the view that people engage in behaviors to enrich and augment their general reserves and to maximize their chosen life courses (and associated forms of behaviour) with regard to quantity and quality » (p. 22).

Compensation

Le troisième processus est la compensation. McGuire, Boyd et Tedrick (2004) résument cette étape ainsi : « Finally, compensation is the process of adapting activities and skills in order to shape them to meet goals. Compensation can occur through use of external aids, increased effort or use of prosthetic devices » (p. 39). Comme le soulignent Baltes et Baltes (1990), la compensation implique des éléments de l'esprit et de la technologie.

Afin d'illustrer l'application concrète de cette théorie, Baltes et Baltes (1990) donnent en exemple le pianiste Rubinstein

First, he reduces his repertoire and plays a smaller number of pieces (selection); second, he practices these more often (optimization); and third, he slows down his speed of playing prior to fast movements, thereby producing a contrast that enhances the impression of speed in the fast movements (compensation). (p. 26)

Selon Burnett-Wolle et Godbey (2007), la SOC (*selection, optimization and compensation*) peut s'appliquer à des groupes différents (des plus jeunes aux plus vieux) et elle démontre que les limitations ou restrictions peuvent être compensées et amener les individus à vivre des satisfactions et du bien-être dans leur vie. La généralisation de cette théorie à plusieurs types de population peut être une voie à suivre pour les acteurs et les individus impliqués dans le processus du vieillissement (Leclerc, 2007). Leclerc (2007) énonce : « Accessible à toutes les classes sociales, riches ou pauvres, scolarisées ou illettrées, le modèle est simple, facile à comprendre et peut s'appliquer à une foule de domaines de recherche et d'intervention, aussi bien en contexte institutionnel qu'en maintien à domicile » (p. 72). La théorie de l'optimisation sélective avec compensation a donc été soit utilisée ou invoquée dans les études en loisir tel que démontré par Burnett-Wolle et Godbey (2007)

[...] SOC has been applied to the study of older adults' leisure in few instances. Lang, Rieckmann, and Baltes (2002) used SOC to examine continuity and change in older's everyday functioning, including leisure. [...]

Since SOC neatly fits with key concepts in therapeutic recreation, goal pursuit under limiting conditions (Van Andel, 1998; Dattilo, Kleiber, and Williams, 1998), it has been used as a heuristic device for analyzing older adult's choices and coping strategies in leisure pursuits. (pp. 503-504)

D'autre part, dans un article qui porte sur les contraintes en loisir, *Having more by doing less: the paradox of leisure constraints in later life*, Kleiber et al. (2008) considèrent que la théorie de l'optimisation sélective avec compensation amène les

individus à percevoir leurs contraintes de façon positive et à optimiser le potentiel existant dans la pratique d'activités différentes. Les auteurs énoncent :

Thus, the SOC model would view constraints as positive factors in initiating the process of selection, optimization and compensation. Of course, constraints may lead to the restriction of a wide variety of activities, including instrumental «activities of daily living» such as getting to the grocery store and preparing meals; but where their impact is felt in creating a challenge to leisure activities—causing people to reconsider their choices—we see the opportunity for positive adjustments and reorientations that are life enhancing and growth producing. (pp. 347-348)

En résumé, un des points forts de la théorie de l'optimisation sélective avec compensation est qu'elle peut s'adresser à la population non homogène que représentent les aînés et qu'elle permet de modifier la perception négative liée aux contraintes. Les limites formulées contre cette théorie sont celles-ci : « There is evidence (Freund & Baltes, 1998) that using selection, optimization and compensation may become more difficult in advanced old age since SOC- related behaviors require resources, including efforts, skills and organizational metastrategies that may be lost with increasing age » (McGuire, Boyd & Tedrick, 2004, p. 39).

2.1.3 Théorie de l'innovation

La théorie de l'innovation du vieillissement réussi repose sur des études ayant démontré qu'il existe une association entre la pratique d'une ou de nouvelles activités (*innovators*) et la qualité de vie et le bien-être (Nimrod & Kleiber, 2007; Nimrod, 2008; Nimrod & Hutchinson, 2010; Nimrod & Rotem, 2012). Selon Nimrod et Rotem (2012), cette théorie : « [...] proposes to consider innovation as a growth mechanism that enables one to broaden and deepen the sense of meaning in life, which leads to greater wellbeing and satisfaction with life (Nimrod and Hutchinson 2010; Nimrod and Kleiber 2007) » (p. 384). L'innovation est un concept assez récent dans la littérature gériatologique en loisir. Nimrod (2008) explique : « There are several explanations for

the neglect of innovation in old age, one being that most evidence suggests that innovation is rather rare. Although older adults have considerable discretionary time in retirement [...] » (p. 832). En effet, les recherches passées ont mis en relief les aspects de la continuité, d'où l'élaboration de la théorie de la continuité, dans les types d'activités pratiquées par les individus à leur retraite et le fait que la pratique d'activités change et diminue au cours des cycles du vieillissement (Nimrod, 2008). L'auteur fait un résumé des caractéristiques en loisir pendant les cycles du vieillissement

- (1) declining participation with greater age and declining health (Armstrong and Morgan 1998; Bennett 1998; Iso-Ahola, Jackson and Dunn 1994; Janke, Davey and Kleiber 2006; Katz et al. 2000; Lefrancois, Leclerc and Poulin 1998; Strain et al. 2002; Verbrugge, Gruber-Baldini and Fozard 1996);
- (2) a transition from physical activities to activities that demand less physical effort; and the complement,
- (3) a transition from outdoor activities to indoor activities (Gordon 1980; Gordon, Gaitz and Scott 1976; Lefrancois, Leclerc and Poulin 1998; Rapoport and Rapoport 832 Galit Nimrod 1975; Strain et al. 2002; Vail and Berman-Ashcenazi 1976). These changes do not apply in all contexts to all subgroups. (Nimrod, 2008, pp. 832-833)

Donc, l'innovation a été peu étudiée et c'est Nimrod, dans une recherche réalisée avec Kleiber en 2005, qui a constaté que : « [...] that recent retirees were more likely to reduce than to increase activity in spite of greater free time available, but that those who developed *new* activities (expanders) had the highest life satisfaction » (Nimrod & Kleiber, 2007, pp. 5-6). Suite à ces résultats, Nimrod et Kleiber (2007) ont poussé la recherche plus loin et ont élaboré les prémisses de la théorie de l'innovation. Cette théorie est construite sur quatre préceptes dégagés de cette recherche et reformulés par Nimrod en 2008 et reproduite par Nimrod et Hutchison (2010)

1. Innovation may result from various triggers. While some of them are internal, others are external, instrumental or even imposed. However, in most cases, the motivation for innovation is intrinsic or a combination of intrinsic and extrinsic.

2. While in some cases innovation represents an opportunity for renewal, refreshment and growth that is continuous in some respects from earlier interests and capacities (self-preservation innovation), in others it represents an opportunity for reinvention of self (self-reinvention innovation).
3. There is a consistency within individuals with regard to the type of innovation to which they are attracted: while some seek different ways to reinvent themselves, others find new ways to preserve their existing sense of self.
4. Innovation has a positive impact on elders' well-being. (p. 5)

Ainsi, la théorie de l'innovation a été construite à la suite d'observations sur les activités des retraités (Nimrod & Kleiber, 2007). Comme le dénote Nimrod (2008) dans sa recherche intitulée *In support of innovation theory: innovation in activity patterns and life satisfaction among recently retired individuals* : « The high rate of innovation suggest that today's older adults are less conservative than stereotypes portray » (p. 842). Mais cette innovation se différencie des définitions courantes que l'on retrouve dans les autres disciplines. Dans la présente théorie, l'innovation se traduit plus particulièrement par la perception que peut ressentir et avoir l'individu. À cet effet, Nimrod et Hutchinson (2010) énoncent : « It is important to clarify that this definition refers to the individuals' subjective perceptions of the activity. Therefore, while the new activity may seem similar to a former or current activity, it is the participant's view that classifies it as new » (p. 5).

En conclusion, les trois théories choisies dans notre cadre conceptuel sont constituées en fonction de dimensions et de processus différents mais leur application sur le terrain peut être complémentaire dans les expériences de loisir des individus lorsqu'ils vieillissent, principalement lorsque les conditions de santé changent. Comme le relatent Nimrod et Hutchinson (2010) :

Innovation, SOC and continuity seem to be relevant adaptive responses to living with a chronic health condition. In fact, it seems unlikely that a person would use one process exclusively (e.g., SOC *versus* innovation); rather successful aging likely requires drawing on a repertoire of strategies to remain engaged and resilient in the face of activity restrictions that may accompany a chronic health condition. (p. 19)

Ces trois théories ont le même objectif : mieux comprendre et interpréter tous les aspects et facteurs, qu'ils soient internes ou externes, ayant un impact sur le vieillissement afin que les individus puissent vieillir activement et en santé.

2.2 Les concepts

Les concepts que l'on retrouve dans la question de recherche soit la participation, l'éducation au loisir et les principes du marketing des services, font l'objet dans le cadre théorique d'une analyse permettant de dégager un schéma conceptuel reflétant la problématique à l'étude.

2.2.1 La participation

Le concept de participation, c'est-à-dire dans le cadre du présent projet : pratiquer une activité organisée de loisir, se définit par l'analyse de deux dimensions : les comportements des aînés et la participation sociale. Les comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-participatifs) des aînés en loisir sont influencés par les motivations, les attitudes, les bénéfices recherchés et les contraintes. La participation sociale est un concept aux multiples définitions lesquelles vous seront présentées en lien avec la présente recherche, ainsi que les facteurs ayant un impact sur la participation sociale.

2.2.1.1 Les comportements participatifs

Dans la présente recherche, le focus de l'analyse est mis sur les motivations et les contraintes – perçues et réelles – pouvant amener l'individu à ne pas participer à des activités de loisir. Il importe donc de mieux les cerner afin de pouvoir comprendre leurs impacts sur les comportements des aînés dans leur participation et leur non-participation en loisir.

Motivations

La motivation est abordée dans le présent mémoire sous deux angles : 1) l'objet ou les raisons de motivation, aussi nommées les attentes, et 2) l'origine de la motivation.

Objet de la motivation

Les motivations sont au cœur même de la participation à des activités de loisir. En fait, selon Losier, Bourque et Vallerand (1993) : « Motivation is considered an integral part of the leisure experience (Iso-Ahola, 1979; Neulinger, 1974) and is defined as the force that initiates, directs and sustains behaviour (Petri, 1981) » (p. 154). Dans leur livre *Leisure and Aging*, McGuire, Boyd et Tedrick (2004) font la revue des principales motivations expliquant les raisons pour lesquelles les individus participent. Les auteurs font référence aux travaux de Havighurst qui identifiait en 1961 les principales raisons (*leisure meanings*) invoquées pour participer : « 1. just for the pleasure of it 2. welcome change from work 3. new experience 4. chance to be creative 5. chance to achieve something 6. contact with friends 7. make time pass 8. service to others » (McGuire, Boyd & Tedrick, 2004, p. 148). Dans un autre ouvrage, *Leisure in a changing America*, portant sur les tendances et enjeux du loisir au 21^{ème} siècle, Kraus (2000) énumère les principales motivations retrouvées dans la littérature pour la population en général : (traduction libre)

- La recherche de nouvelles expériences, de risques ou de défis;
- Le désir d'explorer des environnements différents ou nouveaux;
- Le besoin relié à la santé comme les efforts de rester en forme et en santé;
- Le besoin d'acquérir un sens d'accomplissement et de développement personnel et de réalisation significative;
- La compétition, pas seulement dans le sport et les jeux, mais dans d'autres secteurs de la performance personnelle;
- Le besoin d'esthétisme, d'expression créative et de croissance intellectuelle;
- Les besoins sociaux reliés à l'amitié et à l'engagement dans des groupes;
- La nostalgie du passé, représenté par les collections d'objets, les intérêts dans des jeux anciens ou la reconstitution d'événements historiques;
- Avoir un sentiment d'appartenance envers une communauté, de contribution à la collectivité en faisant des activités de bénévolat;
- Être proche de la nature, faire des loisirs de plein air et environnementaux avec souvent une dimension spirituelle (forme de communion avec la nature). (p. 211)

Selon Carbonneau (2011), les attentes en loisir se retrouvent dans « huit dimensions principales : le développement personnel, l'appartenance sociale, la détente et la solitude, la liberté et la spontanéité, la santé et le bien-être, l'excitation et le risque, la sécurité et la familiarité ainsi que le pouvoir et le prestige » (Annexe 4, p. 135).

Dans le cadre de notre mémoire, nous arrêtons notre choix sur les attentes en loisir de Carbonneau (2011) tel que décrit ci-dessus.

Origines de la motivation

Plusieurs théories ou hypothèses ont été développées afin de comprendre les motivations en loisir. McGuire, Boyd et Tedrick (2004) ont relevé les théories et les modèles suivants

1) La théorie de l'auto-détermination (SDT) de Deci et Ryan (2008) élaborée dans les années 1980. Elle repose sur la différenciation entre les types de motivation : la motivation intrinsèque, extrinsèque et l'amotivation (l'absence de motivation).

Carbonneau (2011) définit la motivation intrinsèque et extrinsèque ainsi : « La motivation en loisir désigne ce qui pousse un individu à pratiquer un loisir. La motivation peut être soit intrinsèque, c'est-à-dire qu'elle provient de la personne elle-même, soit extrinsèque, ce qui signifie qu'elle subit alors des influences externes » (p. 14). Deci et Ryan (2008) énoncent au sujet des motivations :

Autonomous motivation comprises both intrinsic motivation and the types of extrinsic motivation in which people have identified with an activity's value and ideally will have integrated it into their sense of self. When people are autonomously motivated, they experience volition, or a self-endorsement of their actions. *Controlled motivation*, in contrast, consists of both external regulation, in which one's behaviour is a function of external contingencies of reward or punishment, and introjected regulation, in which the regulation of action has been partially internalized and is energized by factors such as an approval motive, avoidance of shame, contingent self-esteem, and ego-involvements. (p. 182)

2) La notion de « *flow* » repose sur une coordination parfaite des compétences d'un individu avec ce que requiert la pratique de son activité. Plus précisément, McGuire, Boyd et Tedrick (2004) énoncent : « One of the most cited efforts to explain leisure behaviour has been Csikszentmihalyi's (1975) notion of "flow". Flow is viewed as the state when individuals' skills are harmonious with the demands of the activity in which they are engaged » (p. 155).

3) La notion de « *Seeking and escape* » repose sur deux dimensions. Selon McGuire, Boyd et Tedrick, 2004 : « Iso-Ahola's (1989) work supports a more focused perspective on motivation.[...] Leisure motivation is not a matter of either seeking or escaping, but of both » (p. 155) La recherche de gratifications ou de récompenses personnelles et interpersonnelles (*seeking personal and interpersonal intrinsic reward*) et l'évasion ou l'échappatoire des environnements personnels et interpersonnels (*escaping personal and interpersonal environments*) (McGuire, Boyd et Tedrick, 2004, pp. 155-156).

4) L'éveil optimal (*Optimum arousal*), défini dans les années 1970 par Ellis, se traduit par la recherche de sensation ou d'état de nouveauté ou de défis : « Therefore, people

seek optimum arousal through novelty, incongruity, challenge, and uncertainty when they are sub-optimally aroused » (McGuire, Boyd & Tedrick, 2004, pp. 156-157).

5) La recherche de la signification personnelle dans le loisir (*Finding personal meaning in leisure*) est considérée comme un élément fondamental de la vie humaine, et les opportunités d'activités peuvent avoir un impact sur cet élément (McGuire, Boyd & Tedrick, 2004, pp. 157-158). McGuire, Boyd et Tedrick (2004) énoncent : « Reker and Wong (1988) provide an excellent examination of the search for personal meaning in the later years. They view the seeking of meaning in human existence as fundamental to life and are strong proponents of an interpretive science perspective on aging » (p. 157).

On retient donc que l'auto-détermination permet de mieux comprendre les types de motivations.

Contraintes

Les contraintes en loisir chez les aînés ont fait l'objet de multiples recherches dans la littérature, que ce soit sur les facteurs limitant la participation ou les conditions reliées au vieillissement tel que les problèmes de transport liés à la perte du permis de conduire ou la diminution des revenus rattachée à la retraite (McGuire, Boyd & Tedrick, 2004, p. 159). Son, Kerstetter et Mowen (2009) résument les contraintes en loisir ainsi : « Researchers typically define leisure constraints as anything that limits or prohibits participation in desired leisure activities (Crawford & Godbey, 1987; Crawford, Jackson, & Godbey, 1991) » (p. 98).

Outre les définitions et l'identification des contraintes, les recherches se sont également penchées sur le rôle des contraintes en loisir et les différentes perceptions des individus vis-à-vis ces contraintes. À cet effet, McGuire et Norman (2005) ont constaté : « Others also allowed for the possibility constraints may be positive in some circumstances. Elster (2000) suggested in some cases constraints might be a necessary

and positive force in life » (p. 90). Tel que démontré également par Kleiber et al. (2008) dans leur article, *Having more by doing less: the paradox of leisure constraints in later life*, les auteurs font référence à la notion de résilience des individus devant les contraintes rencontrées. Conséquemment, selon les contextes et les comportements des individus, les contraintes peuvent s'avérer une façon de s'ouvrir vers des horizons nouveaux ou différents tel que soutenu par la théorie de l'optimisation sélective avec compensation et être en soi bénéfiques, comme nous le verrons dans les lignes qui suivent.

Étant donné la multitude d'écrits scientifiques s'étant penché sur les contraintes en loisir, pour les fins du présent projet de recherche, un tableau synthèse a été constitué. Le Tableau 3 regroupe ainsi les principaux facteurs ayant un impact négatif sur la participation ou des conséquences reliées au vieillissement, constituant ainsi des contraintes, selon les écrits scientifiques.

Tableau 3*Synthèse des principales contraintes en loisir chez les aînés*

Contraintes ou facteurs ayant un impact sur la participation	Indicateurs
Facteurs socioéconomiques	<ul style="list-style-type: none"> - Revenus - Avancement en âge - Éducation
État de santé	<ul style="list-style-type: none"> - Limitations cognitives - Difficultés motrices, visuelles ou auditives - Santé en général
Situation matrimoniale et familiale (<i>Living arrangement</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Vivre seul ou à deux (ou plusieurs)
Événements de la vie/transitions	<ul style="list-style-type: none"> - Perte de la conjointe/ du conjoint - Déménagement
Isolement social	
Contraintes personnelles	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilités
Contraintes externes ou structurelles	<ul style="list-style-type: none"> - Environnement extérieur - Crainte de tomber - Sécurité (peur de se faire attaquer) - Température
Contraintes sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Âgisme - Manque de compagnon/compagne (ne veut pas aller seul aux activités) - Réticence à se joindre à un groupe (peur de l'inconnu) - Changement de philosophie, d'orientation ou de mission dans l'organisation - Politiques d'autres fidèles (<i>Politics of other churchgoers</i>)

Accessibilité	<ul style="list-style-type: none"> - Transport - Manque d'environnement de loisir à proximité (localisation géographique) - Horaires
Connaissance et opportunités	<ul style="list-style-type: none"> - Manque d'information - Manque de compréhension
Compétence et habiletés personnelles	
Obligations et engagements	<ul style="list-style-type: none"> - Obligations ou engagements familiaux - Travail
Manque d'organisation et de coordination des activités	
Manque d'intérêt (Centre)	<ul style="list-style-type: none"> - Activités offertes - Services offerts
Manque de temps	

(Inspiré de : Agahi, Ahacic & Parker, 2006; Chou, Chow & Chi, 2004; Carbonneau, 2011; Crombie & al. 2004; Jansen, 2005; Kleiber & Nimrod, 2009; McGuire, Boyd & Tedrick, 2004; McGuire & Norman, 2005; Strain & al., 2002; Walker & al., 2004.)

Ces contraintes sont donc diverses et changeantes, tout au long du cycle de vieillissement. Les impacts causés par ces contraintes sur la participation des aînés à des activités de loisir peuvent soit pousser ces derniers (1) à cesser leur pratique d'activités ou dans une autre optique, (2) à négocier avec les contraintes, en ayant recours à des processus d'adaptabilité permettant de changer les pratiques de loisir. De plus, il ressort dans la littérature, tel que mentionné précédemment, que les contraintes peuvent s'avérer bénéfiques pour les individus si ces derniers sont prêts à s'adapter et à changer leurs buts ou objectifs initiaux. À cet effet, Kleiber et al. (2008) proposent cinq catégories de bénéfices reliés aux contraintes

(1) Enhanced resilience and deepened commitment, (2) attention to other (existing) goals, (3) the discovery of previously unattended capacities (4) changes in attitude toward life and leisure, and (5) intentional self-constraints for goal achievement. (p. 345)

Comme le soulignent Kleiber et Nimrod (2009) faisant référence à ces bénéfices (Kleiber & al., 2008), c'est la façon dont on interprète les contraintes qui semblent être l'élément principal pouvant amener une personne à changer sa perspective

The authors point out that while most constraint negotiation research addresses what might be called *in spite of* effects, where the constraint is not a true barrier and represents a challenge to be managed in the interest of achieving the original goal (cf. Kay & Jackson, 1991), many of the beneficial effects of constraints are *because of* effects, where a constraint may be a trigger for doing things other than attempting to reach the original goal. (p. 69)

Cette interprétation peut avoir un impact sur les comportements participatifs liés aux contraintes.

2.2.1.2 La participation sociale

La participation sociale est un concept très large et qui se définit de multiples façons (Levasseur & al., 2010; Raymond & al., 2008). Dans une recherche portant sur les effets perçus sur la santé mentale des participants aînés à des ateliers-concepts de peinture, Paquet, Sévigny et Tourigny (2011) énoncent à cet effet : « Pour l'essentiel, la notion de participation sociale renvoie à la possibilité, pour les personnes âgées, à s'engager dans des activités qui ont un sens pour elles, tout en participant à la vie sociale dans une logique de réciprocité » (p. 56), tout en précisant qu'il s'agit d'une « idée générale [...] dont les contours risquent de varier selon les contextes » (p. 56).

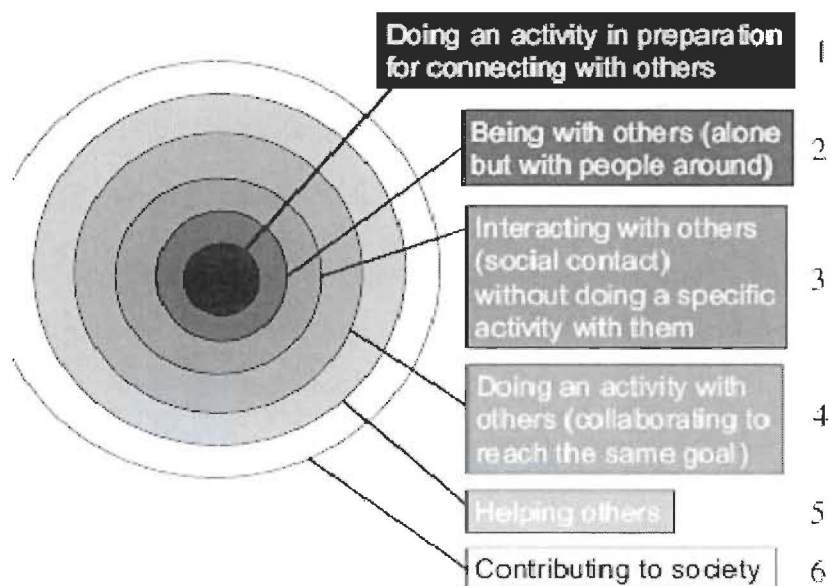
Delisle (2009), dans sa recherche sur *La participation sociale des aînés : apport à la collectivité et bien-être individuel* soutient que :

Dans notre étude, la participation sociale renvoie à l'engagement dans les organisations dites « secondaires », soit : les groupes communautaires et de loisir, les organismes religieux ainsi que les mouvements sociaux, nonobstant leur degré de politisation. Le cas échéant, fréquenter un groupe du troisième âge, se rendre à l'église, faire du bénévolat, se joindre à une corvée et aller dans une fête populaire constituent de la participation sociale au même titre que le militantisme. Évidemment, la participation sociale caritative, politique et religieuse n'a pas la même signification que celle qui est axée sur les loisirs, mais dans les deux cas, c'est un engagement qui déborde le cadre familial et qui est susceptible d'avoir un effet sur l'ensemble de la société. (p. 54)

Ce qu'il faut retenir de cette citation est que la participation sociale peut se vivre à l'extérieur « du cadre familial » et qu'elle peut avoir un impact sur la société.

Dans leur analyse documentaire, Raymond et al. (2008) ont étudié la littérature portant sur ce concept afin d'être en mesure de dégager une définition. Ils ont constaté la pluralité des définitions : « Par surcroît, la charge synonymique de la notion contribue à accroître la complexité de la participation sociale en tant qu'objet de recherche et d'intervention » (p. 19). Les auteurs les ont donc regroupé en quatre familles : 1) le fonctionnement dans la vie quotidienne, 2) les interactions sociales, 3) le réseau social et 4) l'associativité structurée. Notre sujet portant sur le comportement participatif des aînés dans des groupes organisés, nous présenterons donc seulement la famille de l'associativité structurée dans les pages qui suivent.

Dans une autre recherche consacrée au concept de la participation sociale, Levasseur et al. (2010) proposent une taxonomie des activités sociales liées à la participation sociale allant du niveau 1 à 6 tel qu'illustré à la figure 1.



1. Proposed taxonomy of social activities based on 1) levels of involvement of the individual with others, and 2) goals of these activities.

Figure 1. Taxonomy of social activities (Levasseur & al., 2010, p. 2146).

Le niveau 1 étant « doing an activity in preparation for connecting with others » et le 6 « contributing to society » (p. 2146). La participation des aînés à des activités de loisir se retrouve, selon cette taxonomie, au niveau 4 : « In the fourth level, the individual collaborates with others to perform an activity, reach a common goal (Fig. 1). Examples include most recreational activities like tennis or shuffleboard » (p. 2146). Les auteurs considèrent que cette taxonomie permettra de mieux comprendre et définir le concept de la participation : « The taxonomy enables specification and placement of related concepts, and might make it easier to compare research results by allowing studies to be classified on the basis of the definition, operationalization, or intervention aimed at improving or maintaining social participation » (p. 2146).

La notion de participation revêt donc de multiples facettes et fait référence à plusieurs concepts tels qu'énoncés par Levasseur et al. (2010) : « [...] many similar concepts such as participation, social engagement, social connectedness, social capital, social support, social network, social integration, and community involvement have

sometimes been used interchangeably with social participation » (p. 2142). De toutes les facettes énoncées, nous retenons, dans le cadre de notre mémoire tel que spécifié antérieurement, la définition élaborée par Raymond et al. (2008) sur l'associativité structurée.

D'autre part, afin de bien saisir l'importance du concept de participation sociale, nous dresserons un aperçu des liens pouvant exister entre la participation et l'état de santé et des facteurs influençant la participation dont fait état la revue documentaire de Raymond et al. (2008). Nous tenons à spécifier que nous n'aborderons pas tous les concepts, processus et interventions étudiés dans cette analyse documentaire, puisque notre projet de recherche porte sur les comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-participatifs) des aînés à des activités de loisir dans des centres communautaires.

L'associativité structurée

L'associativité structurée correspond à la participation à des activités dans une organisation structurée. Raymond et al. (2008) énoncent : « Ici, la participation sociale apparaît comme une activité à caractère social réalisée dans une organisation dont le nom et les objectifs sont explicites (Young et Glasgow, 1998) » (p. 25).

Dans leur exposé sur l'associativité structurée, les auteurs identifient deux dimensions à cette associativité, soit : les activités sociales organisées et le bénévolat organisé (pp. 26-27). Raymond et al. (2008) énoncent que : « Bukov et coll. (2002) parlent de la participation sociale comme d'un partage de ressources individuelles socialement orientés » (p. 26). La participation sociale au sein des activités sociales organisées serait regroupée sous trois catégories :

La participation collective : l'intention est orientée directement vers le groupe lui-même, et non vers un but extérieur; la principale ressource partagée est le temps (ex. : groupe d'entraide, groupe de loisirs).

La participation productive : prestation de services et fourniture de biens au bénéfice d'autrui (individus ou groupes); en plus du temps, d'autres ressources, comme des compétences particulières, sont partagées (ex. : service de popote roulante).

La participation politique : engagement à l'intérieur de groupes sociaux visant la prise de décision quant à l'allocation des ressources; ces décisions sont des services rendus dans le cadre d'un contexte collectif; en plus du temps et des compétences spécifiques, d'autres ressources sont partagées, comme des connaissances et des habiletés sociales (exemple : association de défense des droits des retraités). (Raymond & al., 2008, p. 26)

Considérant les trois types de participation cités par Raymond et al. (2008), nous retenons dans cet énoncé les notions de participation collective (groupe de loisir) et productive (bénévolat) puisqu'elles s'appliquent directement au sujet à l'étude.

Bien-être et facteurs ayant un lien avec la participation sociale

Dans la section portant sur les *effets de la participation sociale sur la santé des aînés* de l'analyse documentaire de Raymond et al. (2008), il ressort que plusieurs études sont catégorisées sous l'associativité structurée : « La moitié des 14 études traitant des effets de la participation sociale sur la santé des aînés appartiennent à cette catégorie (soit la participation sociale définie comme le fait d'être bénévole ou membre d'un groupe quelconque) » (p. 30). Cette analyse démontre qu'il existe une association entre la participation sociale et le bien-être et la satisfaction en général, même si les chercheurs y ajoutent une certaine réserve (pp. 30-31). Cependant, Raymond et al. (2008) s'entendent pour affirmer que : « Les bénéfices de la participation sociale se manifestent sur les plans de la santé physique, de la santé mentale et du recours aux services » (p. 34).

En ce qui a trait aux facteurs ayant un impact sur la participation sociale, il ressort de l'étude que : « Il convient de souligner que dans la plupart des études traitant des facteurs d'influence de la participation sociale des aînés, la participation sociale est définie comme étant du bénévolat, le plus souvent organisé » (p. 35). Raymond et al. (2008) ont classifié ces facteurs sous trois catégories

- (1) facteurs sociodémographiques : âge, sexe, scolarité, état civil
- (2) facteurs personnels : conditions de vie socioéconomiques, état de santé, emploi et retraite, expériences de vie et diversité des activités, motivations
- (3) facteurs environnementaux : moyens de transport, connaissance des possibilités de participation sociale, lieu de résidence, représentations culturelles du bénévolat, culture des professionnels des organisations (Raymond & al., 2008, pp. 36-45)

Raymond et al. (2008) terminent leur exposé sur les facteurs en suggérant les différentes avenues à étudier et à explorer concernant l'influence de ces facteurs sur la participation sociale des aînés :

Ce survol des facteurs d'influence appelle à poursuivre les recherches afin de mieux comprendre pourquoi certaines personnes âgées ont une participation sociale pleine et stimulante, alors que d'autres vivent un isolement et une solitude non désirés. Il serait pertinent, entre autres, de mieux comprendre les besoins et la situation des aînés en fonction des différentes étapes de la vieillesse – étape de vie qui comporte de plus en plus souvent trois ou quatre décennies –, ainsi que l'influence des facteurs socioculturels dans les choix de participation sociale. (p. 45)

Cette ouverture vers des pistes de recherche est d'autant plus pertinente dans le cadre de ce mémoire puisqu'elle rejoint un de ses objectifs qui est de comprendre les comportements participatifs (et non-participatifs) des aînés dans leur participation à des activités de loisir organisées.

2.2.2 L'éducation au loisir

L'éducation au loisir est une approche dont l'objectif est de permettre aux individus d'améliorer leur qualité de vie à travers le loisir (Mundy, 1998). Nous retenons la définition citée par Mactavish et Mahon, (2005) pour le présent projet

Emphasizing a person's needs and interests as the driving force, Bullock and Mahon (2000) described leisure education as "an individualized and contextualized educational process through which a person develops an understanding of self and leisure and identifies and learns the cluster of skills necessary to participate in freely chosen activities which lead to an optimally satisfying life" (p. 332). (p. 31)

Cette approche regroupe quatre composantes : 1) la conscience de soi, 2) la conscience du loisir, 3) les compétences en loisir et 4) les ressources en loisir (Mundy, 1998). Dans l'ouvrage de Mundy (1998), Binkley et Seedsman (1998) dressent un portrait des enjeux de l'éducation au loisir auprès de la population aînée. En effet, les auteurs se penchent sur l'importance de cette approche permettant de changer les mentalités, les attitudes et les perceptions des retraités et des aînés vis-à-vis de leur style de vie et du rôle du loisir : « This sense of joy with life comes from a positive meaning-seeking engagement in all that we do. Older people should be given the opportunity to thrive, not survive – this is the primary role of leisure education » (p. 283). Binkley et Seedsman (1998) définissent les composantes de l'éducation au loisir ainsi (traduction libre) :

(1) la conscience de soi correspond à la conscience que les individus ont de leurs pratiques, intérêts, habiletés en loisir et de leurs contraintes de façon à pouvoir négocier avec celles-ci. D'autre part, les individus doivent identifier leurs attentes et établir leurs buts et objectifs;

(2) la conscience du loisir fait référence au développement d'attitudes et de valeurs conduisant à un engagement dans le loisir. Cette composante cherche à faire changer les perceptions sur le loisir et à conscientiser les aînés de son importance au cours du vieillissement;

(3) les compétences en loisir se traduisent par l'apprentissage de nouvelles compétences, par le transfert d'habilités existantes dans un contexte de loisir; et

(4) les ressources en loisir par leur connaissance (existence d'opportunité en loisir) et leur disponibilité (les coûts, la sécurité, et l'accessibilité). (pp. 283-285)

Dans leur recherche *Examining the long term effects of leisure education on a sense of independance and psychological well-being among the elderly* portant sur les effets à long terme d'un programme d'éducation au loisir sur le sens de l'autonomie et le bien-être psychologique chez les aînés, Searle et al. (1998) en sont venus aux constatations suivantes (traduction libre) :

1- Les gains ressentis à la suite de la participation à un programme d'éducation au loisir continuent à se maintenir dans le temps chez les participants;

2- La deuxième constatation prédit que le sens de l'autonomie pourrait être généralisé à d'autres domaines et qu'il y a un effet significatif positif sur le sentiment généralisé du locus de contrôle. (p. 337)

Les auteurs énoncent : « The findings provide further evidence to validate the use of a leisure education as a process to foster feelings of competence, control and a sense of independence in older adults » (p. 337).

Par ailleurs, comme nous l'avons énoncé précédemment, les aînés sont parfois confrontés à diverses contraintes ou souffrent de limitations physiques liées au vieillissement. Il est démontré que l'éducation au loisir s'avère une avenue à explorer auprès des aînés plus fragilisés (Strain & al., 2002) ou des individus ayant des contraintes physiques (Desrosiers & al., 2007). À ce sujet, Carbonneau et al. (2011) énoncent:

Indeed, to be more effective, leisure education should go further than activities identification and focus more on the meaning associated with leisure participation [...] Thus, leisure education represents a way to support adaptation as well as social integration of persons with disabilities (Carbonneau, Fontaine, & Lussier, 2006; Nour, Desrosiers, Gauthier, & Carbonneau, 2001; Prvu et al., 1999). (p. 141)

Finalement, l'éducation au loisir est une approche globale qui peut s'adresser autant à une population de nouveaux retraités qu'à des aînés plus âgés ou fragilisés.

2.2.3 Les principes du marketing des services

Les principes du marketing des services qui seront étudiés dans la présente recherche porteront uniquement sur les services offerts dans les centres communautaires. Le marketing des services étant une discipline à part entière, la matière est abondante et le champ d'étude est très vaste. Conséquemment, le but recherché dans le travail actuel est de mieux comprendre les caractéristiques reliées aux services et de connaître les éléments du mix marketing des services et du mix de la communication marketing applicables aux centres communautaires.

2.2.3.1 Les caractéristiques des services

Les services se distinguent des produits par diverses caractéristiques qui leurs sont propres, et ces caractéristiques ont un impact sur la façon dont peuvent être communiqués les services. Le tableau 4 présente une synthèse de ces caractéristiques.

Tableau 4*Les principales caractéristiques des services*

Les caractéristiques	Explications
L'intangibilité des services	Les services ne peuvent pas être touchés, sentis avant leur achat, ce ne sont pas des «objets »
La périssabilité	Les services ne peuvent être inventoriés ou stockés
L'inséparabilité – simultanéité	La consommation du service se fait au moment où le service est offert, et la participation du client est nécessaire pour que le service soit produit participation
L'hétérogénéité	La qualité du service n'est pas la même selon qui offre le service, la localisation, les autres participants, etc....
La non-acquisition	On ne peut acquérir un service

(Inspiré de Horner & Swarbrooke, 2005, pp.16-17; Hurd, Barcelona & Meldrum 2008, pp. 168; Lovelock & al., 2008, pp. 13-19; Pettigrew & Turgeon, 2008, pp. 482-484.)

2.2.3.2 Le mix marketing des services

Le mix marketing représente les composantes qui sont à la base du marketing. Dans le mix marketing traditionnel, on retrouve les quatre variables suivantes : le produit, la place, le prix et la promotion, autrement dit les « 4 P » qui combinés ensemble servent à élaborer toutes les stratégies marketing de l'entreprise.

Le mix marketing des services diffère du marketing traditionnel puisqu'il est composé de sept éléments (voir le Tableau 5) (Lovelock & al., 2008, p. 26). Comme

l'énoncent O'Sullivan et Spangler (1998) : « The role of the customer in the service process has substantially changed the traditional definition of product, place, and price » (p. 106).

Tableau 5

Le mix marketing des services

Les composantes	Explications
Le service/ le produit	Les services de base et supplémentaires. « [...] nous devons prêter attention à tous les aspects de performance de service afin de créer de la valeur pour les clients. » (Lovelock & al., 2008, p. 26)
Le lieu et le temps/ place	Accessibilité, horaires, distribution, stationnement
La promotion et la formation	« La communication est essentiellement de nature éducationnelle [...] informer leurs clients des bénéfices du service, où et quand l'obtenir, et les renseigner sur la façon de participer aux processus de service. » (Lovelock & al., 2008, p. 27)
Le prix et les autres services	Les coûts selon le service offert, les dépenses annexes (ex : achat de matériel pour les cours)
L'environnement physique	L'apparence des lieux l'entretien et la maintenance – ambiance
Le processus	« L'établissement de processus dédiés, d'interfaces ergonomes, spécialisés et souvent standardisés [...] » (Lovelock & al., 2008, p. 27) Les politiques et les procédures
Les acteurs	Le personnel de contact selon le type de services

(Inspiré de Lovelock & al., 2008, pp. 26-28, 320-342; Horner & Swarbrooke, 2005, pp. 17-18).

Dans le cadre de notre projet de recherche, la composante du service correspond au concept de « l'offre globale de service » et elle représente l'ensemble de la programmation en loisir et ses services périphériques. Cette notion extraite directement du marketing des services est constituée de trois composantes

1. L'offre de base constitue la raison essentielle pour laquelle le client se rend dans l'entreprise. Il s'agit souvent de l'activité principale [...]
2. Les services périphériques
 - 2.1 Les services facilitants : l'information, la commande, la facturation et le paiement;
 - 2.2 Les services de soutien : le conseil, l'hospitalité, la sécurité et les exceptions.
3. Les processus de livraison : cette composante concerne les procédures utilisées pour livrer tant le service de base que chacun des services périphériques (Lovelock & al., 2008, pp. 91-92, 95-105).

Conséquemment, l'offre globale de service doit comprendre l'offre en loisir conçue afin de combler les besoins en loisir des aînés tout en incluant une série de services périphériques visant à simplifier les processus d'inscription, à répondre aux demandes de renseignement et ainsi favoriser la participation à l'activité principale.

2.2.3.3 Le mix de la communication marketing

Le rôle de la communication est important dans une organisation car elle permet de rejoindre et de communiquer avec les clients. Selon Pettigrew et Turgeon (2008), l'objectif de communication représente le « [b]ut d'une entreprise désirant sensibiliser la clientèle à ses produits ou à ses services et voulant s'assurer de mieux les faire connaître » (p. 331). Plus précisément dans le marketing des services, les stratégies doivent tenir compte des caractéristiques des services présentés au début de la section. Dans l'élaboration d'une stratégie de communication, Lovelock et al. (2008) identifient

cinq questions essentielles aux objectifs de la communication, à savoir : Qui est la cible? Qu'est-ce qu'on doit communiquer? Comment le communiquer? Où? Et quand?

Afin de planifier les stratégies de communication, les organisations utilisent des outils de communication qu'on a regroupés sous le nom du mix de la communication marketing : 1) la communication personnelle, 2) la publicité, 3) la promotion, 4) les relations publiques, 5) le matériel de formation et 6) l'identité visuelle (Lovelock & al., 2008, pp. 194-195). D'autres éléments externes viennent se greffer à ces outils comme le bouche-à-oreille et la réputation de l'organisation (Lovelock & al., 2008; Pettigrew & Turgeon, 2008).

2.3 La schématisation des concepts

Ces concepts s'articulent dans une dynamique action-réaction où les différentes dimensions sont inter-reliées entre elles, tel que démontré dans la Figure 2 présentant la schématisation des concepts. L'éducation au loisir a un impact sur les principes du marketing des services. À cet effet, les offres de services sont construites à partir des notions de l'éducation au loisir et le mix de communication est conçu

1) afin de refléter les valeurs véhiculées dans l'offre de services, ce que le centre communautaire veut présenter à la population visée dans sa mission ;

2) par l'utilisation d'outils permettant de rejoindre la population aînée et ce, dans un objectif d'une meilleure connaissance et compréhension des offres de services.

Et de façon dynamique, la participation des individus aux activités influence les programmes d'éducation au loisir et les outils du marketing des services utilisés.

Les trois modèles théoriques s'appliquent au concept de la participation, à savoir si la participation n'est que le reflet d'un comportement participatif ou antérieur, si les

contraintes invoquées peuvent être diminuées et compensées par une activité différente, ou si cette participation constitue une possibilité de réaliser des nouveaux défis.

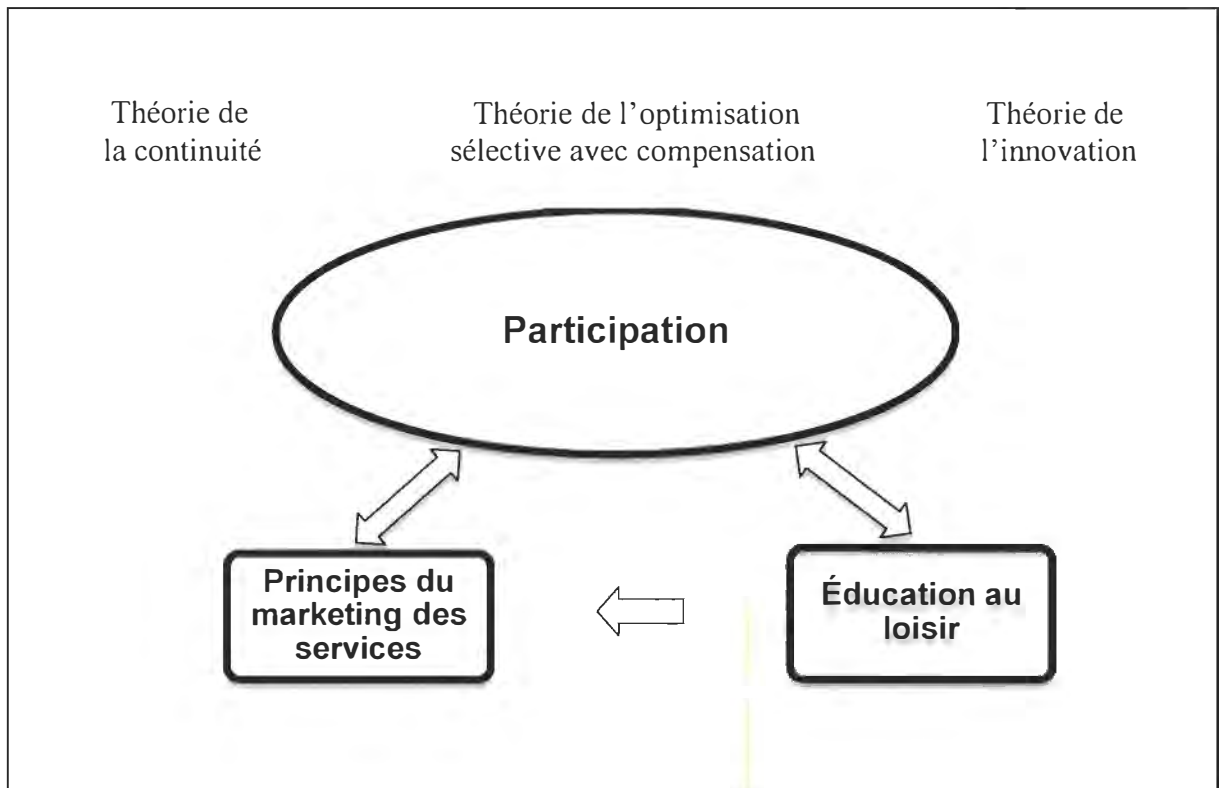


Figure 2. Schématisation des concepts élaborés dans le projet à l'étude.

En conclusion, ce chapitre a permis d'élaborer une présentation et une étude des concepts de la participation, de l'éducation au loisir et des principes du marketing des services que l'on retrouve dans la question générale de recherche ainsi que l'état des connaissances scientifiques dans le domaine. Dans le prochain chapitre, nous présenterons la méthodologie privilégiée dans le cadre de notre recherche.

Chapitre 3

La méthodologie

Le présent chapitre porte sur la démarche méthodologique utilisée dans notre mémoire. Premièrement, un exposé sera présenté sur l'approche qualitative et la collecte des données choisies dans le cadre de notre recherche. Dans un deuxième temps, la section portant sur la population à l'étude traitera de: l'identification et la description de la méthode d'échantillonnage retenue, la réalisation des entrevues avec des membres de la population à l'étude et l'analyse de contenu thématique. En dernier lieu, nous exposerons les considérations éthiques applicables à notre recherche.

3.1 L'analyse qualitative

La méthodologie du présent mémoire de recherche s'inscrit dans une approche qualitative, à travers une démarche inductive exploratoire. L'objectif recherché dans le présent projet de recherche est l'exploration et la compréhension d'un phénomène, soit mieux connaître et expliquer les expériences en loisir des aînés. En effet, l'analyse qualitative a permis de mieux comprendre ces expériences et d'être en mesure, selon les résultats en émergeant, d'émettre des recommandations quant à la construction des offres de services et l'élaboration des outils de communication. D'ailleurs, il est à noter que des auteurs ont opté pour l'approche qualitative par entrevues semi-dirigées afin de mieux comprendre les cycles de participation à des activités de loisir. On y retrouve, entre autres, Jansen (2005) dans sa recherche *Perceived Barriers to Participation in Mentally Restorative Activities by Community-Dwelling Elders* et Kleiber et Nimrod (2009) '*I can't be very sad': constraint and adaptation in the leisure of a 'learning in retirement' group*. Ces deux recherches regroupent les concepts à l'étude: la participation et les théories gérontologiques.

3.1.1. La collecte des données : entrevue semi-dirigée

Dans la présente recherche, la collecte des données s'est effectuée par des entrevues semi-dirigées. L'entrevue semi-dirigée est fréquemment utilisée dans les recherches qualitatives. Ce type de technique, selon Savoie-Zajc (2009) : « [...] est centrale dans une perspective interprétative et constructiviste de la recherche [...] » (p. 337). L'entrevue semi-dirigée vise les différents objectifs suivants : « [...] l'explication, la compréhension, l'apprentissage et l'émancipation » (Savoie-Zajc, 2009, p. 342). Par conséquent, l'entrevue semi-dirigée est la forme d'information la plus appropriée dans notre type de recherche pour comprendre la participation de la population aînée à des activités de loisir et pour explorer les différents outils qui pourraient permettre d'aller rejoindre cette population.

Cependant, il est justifié de souligner que l'entrevue semi-dirigée comporte des limites (Savoie-Zajc, 2009, pp. 356-357) pouvant constituer une menace à la validité externe (Gauthier, 2009, pp. 194-195). Soulignons « le désir de plaire » – et la limite qui « [...] concerne l'attitude de calcul du chercheur qui souhaite établir un rapport de confiance avec l'interviewé afin d'arriver à ses fins, c'est-à-dire mener l'entrevue comme planifiée » (Savoie-Zajc, 2009, p. 357). Tout en tenant compte de ces contraintes, un schéma d'entrevue (Appendice A), a été construit pour les entrevues. Ce schéma a été élaboré à partir du cadre conceptuel explicité au chapitre précédent.

3.2 La population à l'étude

La population à l'étude est constituée des aînés âgés de 70 ans et plus. Nous avons décidé d'axer notre recherche sur les aînés de 70 ans et plus suite aux conclusions de la recherche de Carbonneau (2011) portant sur les profils en loisir des personnes âgées de 50 ans et plus. Rappelons qu'il est ressorti dans les faits saillants de l'étude que : « Les contraintes liées à la connaissance sont plus marquées chez les personnes de plus de 70 ans » (p. 52). Conséquemment, les contraintes à la connaissance ou à la compréhension

des offres de loisir sont plus présentes dans cette tranche d'âge de la population. Il nous apparaît également important d'étudier la participation des 70 ans et plus dans un contexte où l'espérance de vie a augmenté considérablement et qu'elle poursuivra sa croissance dans l'avenir, et ce, tel que démontré dans la problématique générale.

Outre le critère de l'âge de la population à l'étude, trois autres critères d'inclusion ont été retenus pour délimiter la population cible : 1) des individus résidant à Montréal, parce que la collecte de données a eu lieu à Montréal, 2) des individus n'étant pas inscrits à des activités organisées de loisir (des cours) dans un centre communautaire en 2012 : ce critère est essentiel afin d'étudier les comportements de participation des individus et plus précisément quels sont les motifs pour lesquels ces individus ne participaient pas ou avaient cessé leur participation à des activités organisées (des cours) en 2012, et 3) des individus s'exprimant en français pour nous assurer d'une bonne compréhension de l'entrevue. Le Tableau 6 présente les critères d'inclusion et d'exclusion de la population cible.

Tableau 6

Critères d'inclusion et d'exclusion de la population cible

Critères d'inclusion	Critères d'exclusion
Être âgé de 70 ans et plus en 2012	Être âgé de 70 ans et plus et être inscrits à des activités organisées de loisir dans un centre communautaire en 2012
Résider à Montréal	
Ne pas être inscrit à des activités organisées de loisir dans un centre communautaire en 2012	
S'exprimer en français	

3.2.1 L'identification et la description de la méthode d'échantillonnage retenu

La méthode d'échantillonnage retenue est non probabiliste, par choix raisonné, puisque la population à l'étude est choisie en fonction de ses caractéristiques (Mongeau, 2008).

L'échantillon de participants rencontrant les critères d'inclusion a été constitué à partir d'une liste d'individus d'environ 200 personnes que possède l'organisme où nous avons fait notre collecte de données. Il s'agit d'individus possédant une carte de membre de l'organisme, mais n'étant pas inscrits à des activités organisées (des cours) de loisir offertes à cet organisme en 2012. Une confirmation écrite de la direction de l'organisation acceptant de collaborer au recrutement pour la réalisation de notre projet de recherche a été délivrée. En effet, afin d'éviter toute forme de pression ou de contrainte pour les répondants, un des membres de l'organisation communautaire s'est chargé de communiquer, par téléphone, avec les personnes correspondant aux critères d'inclusion.

3.2.2 La réalisation des entrevues de la population à l'étude

Dans le cadre de notre recherche, nous avons effectué huit entrevues auprès de six femmes et deux hommes âgés entre 71 et 80 ans. Les participants ont été identifiés par numérotation, tel que prévu au certificat d'éthique, mais pour les fins de compréhension du présent mémoire, des noms fictifs ont été attribués aux participants dans la présentation des résultats et l'analyse des résultats. La durée des entrevues a varié entre un peu plus de 18 minutes (18:16) et une heure (1:02:41). Tous les participants ont signé le formulaire de consentement. Les entrevues ont été réalisées en suivant le schéma d'entrevue. Il n'y a pas eu de refus, ni de retrait pendant le processus d'entrevue.

3.2.3 L'analyse de contenu thématique

À la suite de la collecte des données, la première opération effectuée a été la transcription des entrevues semi-dirigées en « verbatim ». Une fois cette opération complétée, nous avons procédé à l'analyse des données et elle s'est faite par l'analyse thématique qui se définit ainsi :

L'analyse thématique consiste, dans ce sens, à procéder systématiquement au repérage, au regroupement et, subsidiairement, à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus, qu'il s'agisse d'un verbatim d'entretien, d'un document organisationnel ou de notes d'observation. (Paillé & Mucchielli, 2008, p. 162)

Paillé et Mucchielli (2008) décrivent les outils utilisés et les étapes à réaliser dans un chapitre détaillé portant sur l'analyse thématique

- 1) Création des thèmes et liste des thèmes;
- 2) Relevé des thèmes : outil où sont consignés les thèmes;
- 3) Les ensembles thématiques saillants : catégoriser les thèmes (récence, opposition, divergence, etc...);
- 4) L'axe thématique : regrouper les thèmes en arbre thématique;
- 5) Journal de thématisation : document où l'on retrouve les essais de regroupement;
- 6) Constitution de l'arbre thématique. (pp. 191-192, 210)

Ces opérations ont été réalisées à l'aide du logiciel NVIVO 8 qui est un outil de travail permettant une analyse, une classification et une organisation des données.

Comme le soulignent Paillé et Mucchielli (2008)

Quel que soit le choix du logiciel (spécialisé ou non), les avantages doivent être considérés : systématisation de la démarche, possibilités de fonctions automatiques (de repérage, d'extraction, etc.), économie de papier et de surface de travail. Les inconvénients sont néanmoins l'apprentissage requis avant l'utilisation et, surtout, la rigidité du cadre de travail. (p. 165)

D'autre part, il est important de spécifier que le travail d'analyse est produit par le travail intellectuel du chercheur et que le logiciel ne lui sert qu'à améliorer l'efficacité dans l'organisation de la recherche (Paillé & Mucchielli, 2008, pp. 48-49).

3.3 Les considérations éthiques

L'ensemble des étapes et des méthodes de la recherche a été approuvé par le comité d'éthique de l'UQTR et un certificat d'éthique portant le numéro CER-12-177-06.09 a été émis le 17 février 2012. Les démarches de l'organisme auprès de la population cible ont démarré au début de mars 2012, et nous avons commencé à faire nos entrevues en mars 2012. En date du 9 mai 2012, nous avons modifié notre certificat d'éthique afin d'y ajouter une modification concernant le recrutement, modification qui a été approuvée le 15 juin 2012 (numéro de certificat CER- 12-181-07-03.01). En effet, cette demande portait sur l'ajout d'une technique de recrutement, soit la technique boule de neige. L'objectif de cette modification était de faciliter les démarches de recrutement auprès de la population cible. Les critères d'inclusion déjà présentés (1) des individus résidant à Montréal, parce que la collecte de données a eu lieu à Montréal, 2) des individus n'étant pas inscrits à des activités organisées de loisir dans un centre communautaire en 2012, et 3) des individus s'exprimant en français demeurent les mêmes, seule la possibilité d'interroger des personnes provenant d'autre source a été ajoutée pour élargir la population mère.

Les considérations éthiques regroupent plusieurs aspects reliés à la recherche (Crête, 2009). Dans le cas à l'étude, nous nous sommes penchée sur les balises entourant les

notions de consentement et de confidentialité. En premier lieu, nous avons présenté une lettre d'information du projet de recherche aux participants afin que ces derniers puissent avoir toutes les informations nécessaires pour être en mesure d'évaluer les conséquences de leur participation. Cette prise de connaissance du sujet de recherche et des implications a permis au participant de pouvoir donner un consentement libre et éclairé par la signature du formulaire de consentement prévu à cet effet (Crête, 2009). De plus, nous avons spécifié aux participants qu'ils pouvaient exprimer leur « droit de retrait » en tout temps. La deuxième considération est la confidentialité des données. Il a été prévu que les données seraient conservées pour une durée de trois ans et qu'elles seraient détruites dans ce délai.

En dernier lieu, la confidentialité des participants demeure un élément essentiel dans le cadre des recherches, cette garantie permet une plus grande ouverture de la part des participants. Crête (2009) écrit à ce sujet : « Cette rationalité alliée au principe de la vie privée des citoyens a créé un consensus chez les chercheurs, à savoir la confidentialité doit être préservée par tous les moyens possibles » (p. 302). Le moyen disponible pour permettre la confidentialité des participants réside dans le changement de noms des participants en codage numérique dans les données et en nom fictif dans les chapitres 4 et 5 du présent mémoire.

Chapitre 4

La présentation des résultats

Le présent chapitre présente les résultats qui ont été dégagés de l'analyse des données des huit entrevues semi-dirigées. Les résultats seront regroupés sous trois grands axes suivant une thématique cohérente, soit : 1) les expériences en loisir des participants, 2) les facteurs influençant positivement et négativement la participation et 3) les ressources en loisir.

Dans la première partie, nous présenterons les résultats généraux sur les expériences en loisir des participants comprenant les expériences de participation et de non-participation aux activités dans les centres communautaires, les pratiques en loisir et occupations des temps libres des participants ainsi que l'ouverture à la nouveauté.

En deuxième partie, nous traiterons des facteurs influençant la participation dans les centres communautaires, soit les facteurs ayant un impact positif afin de favoriser la participation à des activités de loisir dans des centres communautaires, les contraintes limitant ou causant la cessation de la participation, ainsi que les motivations.

La troisième partie portera sur les ressources disponibles en loisir; la connaissance des offres en loisir, quelles sont les offres connues des participants et comment en ont-ils pris connaissance; le contenu des offres de loisir et la communication de ces offres, quoi communiquer et comment transmettre les offres de loisir.

4.1 Les expériences en loisir

Les expériences en loisir des participants sont composées 1) des expériences de participation dans des centres communautaires mais également 2) de leurs pratiques générales de loisir et de leurs occupations du temps libre incluant les attentes et les bénéfices qu'ils perçoivent lors de leur pratique ainsi que 3) l'ouverture à la nouveauté.

4.1.1 Les expériences de participation dans les centres communautaires de loisir ou centres communautaires pour aînés

Cette recherche s'intéresse aux comportements participatifs (comprenant des comportements participatifs et non-participatifs) des aînés à des activités de loisir organisées. Plusieurs des participants, qui possèdent une carte de membre d'un centre communautaire, avaient déjà eu des expériences actives de participation. On retrouve donc une expérience de participation vécue par six (6) participants dans des centres communautaires pour aînés et une absence totale de participation chez deux (2) participants. Les expériences de participation s'échelonnent dans le temps de 8 à 17 ans avant la rupture de participation, et l'arrêt de participation varie de quelques mois à des années selon les participants. Les expériences des participants se situent pour trois (3) d'entre eux uniquement dans un centre communautaire pour aînés, et pour les trois autres dans des centres communautaires de loisir et pour aînés. L'ensemble des participants n'étaient pas inscrits dans un centre communautaire à un cours ou une activité organisée en 2012, à l'exception d'une des participantes qui suivait une activité avec un groupe externe qui se déroulait à l'intérieur des locaux d'un centre communautaire et une autre participante qui était inscrite à une sortie culturelle (mais qui n'y allait pas). Le Tableau 7 présente les expériences de participation dans des centres communautaires.

Tableau 7*Les expériences de participation dans des centres communautaires*

Participants	Historique de participation	Activités
Claude, 80 ans	Environ 14 ans	Activités libres - sorties - dîner sur place
Jeanne, 74 ans	Environ 12 ans	Activités organisées en groupe
Carole, 76 ans	Environ 8 ans	Activités organisées en groupe et sorties
Luce, 72 ans	Environ 16 - 17 ans	Activités organisées en groupe – dîner sur place
Lorraine, 71 ans	Environ 8 - 9 ans	Activités organisées en groupe – sorties – dîner sur place
Blanche, 80 ans	Aucune participation	
Claudette, 72 ans	Aucune participation	
Albert, 73 ans	Environ 15-16 ans	Activités libres et organisées – bénévolat

Globalement, les participants avec une expérience ont mentionné des commentaires positifs concernant leur participation, tels qu'énoncés dans les extraits suivants

[...] tu sais, ils sont assez explicites quand ils mettent une activité, je trouve que c'est bien décrit, et puis sont honnêtes dans leur présentation. C'est oui, même ils pensent à nous les vieillards là, des fois, ils ont des bons autobus tout rembourrés, mais non, c'est, je trouve ça assez bien organisé ici, c'est bien et même ils sont bien attentionnés à leurs membres. (Claude)

Mes expériences de loisir (rires)? Non, j'ai été satisfaite de toutes mes expériences, j'suis sortie de ça avec un plus...j'ai jamais été comme déçue. (Jeanne)

[...] moi les centres des aînés, ça c'est des centres que je recherche. Là je peux vous dire que même moi j'ai pris ma carte de membre ici, pour pouvoir dîner ici, et puis, je pense qu'on prend des habitudes, je m'assois toujours à la même table, puis, je trouve tellement les gens qui sont à ma table intéressants. (Luce)

Cette première partie dresse un portrait général de l'expérience des participants et ce portrait, afin qu'il reflète les propos se dégageant des entrevues sur l'expérience globale en loisir des participants, nous amène à présenter leurs pratiques en loisir et occupations des temps libres, leurs attentes et bénéfices ainsi que l'ouverture à l'apprentissage de nouvelles activités.

4.1.2 Les pratiques en loisir et occupations des temps libres

Les loisirs de chacun des participants sont variés, ils sont constitués des activités suivantes : les sorties au théâtre, au restaurant, les visites touristiques de courte durée (1 journée ou deux-trois jours), les voyages, les conférences, le bénévolat, l'informatique, la cuisine, le cinéma, la chorale, les activités manuelles, la marche (à l'extérieur et à l'intérieur), le vélo, la pétanque, le tai chi, les quilles, les cours de langue, les cours de création artistique, le tricot, le scrabble, les cartes, les mots-croisés, les jeux et divertissements, le billard, la télévision et la lecture.

[...] je suis une fanatique du cinéma, je vais voir à peu près 300 films par année, j'ai (rires), je fais du vélo, bon, du scrabble, évidemment, ça prend tout mon temps, puis aussi, je fais partie d'une chorale. (Lorraine)

[...] les fins de semaine, faut toujours que je m'organise, je fais beaucoup de sports, je fais beaucoup de vélo, généralement, si y fait beau, c'est certain que je vais passer la journée en vélo. (Luce)

J'aime bien le tricot, la lecture parce que ça c'est une chose que je faisais pas avant, [...] puis là, je me suis mis à lire, puis j'aime ça. (Blanche)

Les principales occupations tournent autour des engagements ou implications familiales avec les enfants et les petits-enfants, considérés comme des loisirs, ainsi que des interactions sociales avec les amis et la famille. Une participante évoque au sujet de son petit-fils :

Ça prend une grande, grande partie de ma vie parce que j'allais aux pratiques, j'allais à toutes ses compétitions, c'est d'ailleurs ce que je fais encore aujourd'hui et puis c'est ça que j'adore faire. (Claudette)

[...] oui, moi, le téléphone, j'appelle les amies, quand c'est leur fête, mes frères, mes sœurs, y nous en restent plus beaucoup mais pour leur souhaiter bonne fête, ça leur fait plaisir, des amies, le téléphone.
(Blanche)

Les perceptions

Les pratiques en loisir occupent une place importante auprès de tous les participants mais ce sont leurs perceptions du loisir qui diffèrent. Trois des participants considèrent que le loisir implique une notion de participation à quelque chose : « Le loisir, comme je joue au billard un peu, c'est plutôt une participation, c'est plutôt une manière de communiquer avec quelqu'un d'autre aussi, tu communique avec le sport, et puis, ça fait des amis » (Albert). Pour les deux autres participantes

[...] bon c'est sûr que c'est quelque chose qui devrait, quelque chose auquel on devrait participer, on devrait trouver des loisirs qui nous intéressent puis y participer, en faire, pas passer les journées à la maison à regarder la télévision [...] (Carole)

[...] le loisir, bien c'est de participer à, comme ici, on a eu le, dans le temps du sucre [...], la cabane à sucre, j'ai participé à ça, on est allé à [organisme communautaire] avec eux autres, il va y avoir aussi une épiluchette de blé d'inde ou pour la St-Jean Baptiste, il va y avoir quelque chose, là, je participe quand c'est ici. (Blanche)

Pour une autre participante, c'est la liberté totale de « de faire ce que je veux quand je veux [...] pis quand que ça me tente de le faire » (Claudette). Et pour un autre participant, le loisir représente

Le loisir, c'est un divertissement, je crois là, un divertissement et puis, un genre d'entraînement pour côté physique, qui vous tient physiquement alerte, et puis qui vous donne un peu de, de choses pour vous maintenir votre intelligence, votre cerveau et puis, c'est, et l'amitié entre le monde qu'on rencontre. (Claude)

La majorité des participants font des activités ou occupent leur temps libre dans des sphères qui les intéressent et à leur rythme. Mais afin de bien comprendre comment ils perçoivent leur pratique ou leurs occupations, nous avons abordé dans les entrevues ce qui les amenait à faire ces pratiques de loisir et quels étaient leurs attentes et leurs bénéfices en loisir.

4.1.2.1 Les attentes et bénéfices en loisir

Cette section présente huit thèmes ayant émergé des entrevues et caractérisant ce qui représente, pour les participants, leurs attentes et leurs bénéfices dans leur loisir en général : 1- la socialisation, 2- la valorisation personnelle, 3- avoir du plaisir, 4- la liberté, 5- la santé et le bien-être, 6- le développement et l'apprentissage, 7- l'altruisme et 8- faire passer le temps.

1- La socialisation

La socialisation est l'élément le plus souvent évoqué par les participants aux questions portant sur ce que leur apporte le loisir et ce qu'ils recherchent. La socialisation est principalement perçue par ces derniers : 1) par la rencontre avec d'autres personnes, 2) par l'appartenance à un groupe (développer un sentiment d'appartenance), 3) par le désir d'échanger avec autrui et 4) par la possibilité de créer

des liens d'amitié : « [...] mais tu rencontres, je sais pas, j'ai rencontré des [des individus], j'ai rencontré des cultures différentes qui viennent travailler avec toi, puis j'apprécie ça la différence, j'en ai eu » (Albert). Vous trouverez ci-dessous les multiples commentaires formulés par les participants

C'est de la socialisation [...] parce que tu sais, parce que t'es dans un groupe, tu sais tu fais partie d'un groupe puis tu fais des choses avec les autres puis c'est ça qui est intéressant (rires). [...] (Jeanne)

Peut-être j'aimerais peut-être connaître quelqu'un avec qui, tu sais [...], avec qui j'aurais des affinités, pas juste bonjour comme ça, bonjour, comment ça va, puis, tu sais, [...] je sais pas, avoir des affinités avec quelqu'un, peut-être, trouver, développer une amitié avec quelqu'un d'autre. (Carole)

[...] pour moi, c'est primordial, la plus grande, quand je fais une activité, la première chose, oui c'est l'activité, mais c'est la rencontre, aller rencontrer des gens, c'est ça le plus important, pour tout. (Luce)

Moi, c'est pas l'activité qui me motive, c'est le monde [...] ça se sent ça, les gens, les gens desquels tu te sens assez proches, tu vas aller à ces endroits-là. (Lorraine)

[...] bien ça me fait, ça me fait plaisir parce que ça fait du changement, ça fait du changement que de rester dans ton logement puis, parce que là de moins en moins, je suis capable d'aller faire mes commissions fait qu'en étant avec d'autres, ça fait du bien de parler avec d'autres. (Blanche)

2- La valorisation personnelle

Trois des participants considèrent que leur loisir leur apporte de la valorisation personnelle par les activités qu'ils exécutent : « Bien, au bowling, c'est de jouer puis de gagner » (Carole) et « [...] ce que ça m'apporte, une valorisation personnelle, bien pour le scrabble, c'est l'fun, parce que je m'en viens bonne, tu sais et puis aussi la chorale, ça me valorise parce que je ramasse beaucoup d'argent pour la chorale » (Lorraine). « Un peu, qui reconnaissent que t'es un bénévole et qui te traitent, pas qui te traitent comme un ami mais aussi avec respect et puis toi, naturellement, ça te *boost*, t'as besoin de *boost* le petit vieux, ça c'est justement c'est notre *boost* » (Albert).

3- Avoir du plaisir

Plusieurs participants font référence à la notion de plaisir dans leur pratique en loisir. Par exemple une participante énonce : « c'est de jaser avec eux autres, avoir du plaisir, bon, on rit ensemble, je vois du monde » (Carole).

4- La liberté

Pour deux participantes, la liberté de faire ce qu'elles veulent est une attente dans leur vie, comme par exemple : « Bien, j'ai du fun, je rencontre du monde, je fais ce qui me plait, voyage, j'adore le voyage » (Lorraine).

5- La santé et le bien-être

Deux des participants aiment leurs activités pour le bien-être et la santé : « Il y a certaines activités comme le bicycle, là je m'en vais pour m'évader, pour me relaxer » (Albert) et une autre envisage de suivre des cours de tai chi : « Il y a le tai chi, le Qi Gong [...] c'est, si j'avais, ça ce sont aussi parce que pour la santé et puis pour plus se centrer sur soi-même » (Luce).

6- Le développement et l'apprentissage

Trois des participants soutiennent que leurs activités les ont amenés à se développer et à apprendre

[...] c'était, apprendre l'espagnol pour moi [...] je trouvais ça intéressant, d'apprendre l'espagnol, et puis, je suis allée à Barcelone et puis, bon c'est ça. (Lorraine)

[...] j'ai pris d'abord des cours de peinture, alors je n'avais jamais fait de peinture mais c'est quelque chose qui m'intéressait, j'aime beaucoup la peinture, je vais dans les musées et dans les ateliers, mais dans les galeries, je vais voir des, alors je me suis intéressée à la peinture. (Luce)

7- L'altruisme

Le fait de faire plaisir à autrui procure à une des participante un bénéfice, ce qui constitue en soi une forme d'altruisme : « je suis contente de participer [...] oui, bien je me dis la personne qui se dérange, comme l'intervenante qui vient, c'est pas intéressant pour elle si on participe pas, fait que tout en lui faisant plaisir, j'me fais plaisir à moi aussi » (Blanche). Pour un autre participant, c'est aider les gens

[...] comme quand j'ai fait le billard, c'était pour les aider parce qu'ils savaient pas ce qu'ils faisaient, comment ça marche puis les règlements puis tout. Fait que je leur ai montré les règlements, je leur ai montré comment tenir la baguette et puis, veut, veut pas je les connaissais pas, mais là je les connais toutes, on se parle, fait que ça devient, ça devient plus intéressant.
(Albert)

8- Faire passer le temps

Deux participantes considèrent que faire des activités de loisir est une façon de laisser passer le temps : « Tu sais c'est un peu comme pour, les activités, c'est un peu comme pour meubler le temps » (Jeanne). Et l'autre participante exprime :

Bien, ça m'apporte que ça me fait passer du temps [...], ça me fait passer le temps premièrement, parce que les journées sont longues, on fait moins à manger qu'on faisait [...] fait que ça me fait passer du temps [...] (Blanche)

4.1.3 L'ouverture à la nouveauté

La section portant sur l'apprentissage de nouvelles habiletés est divisée en deux parties : 1- les nouvelles activités que les participants aimeraient découvrir et 2- leurs perceptions de l'apprentissage de nouvelles activités.

1- Les nouvelles activités que les participants aimeraient découvrir

Il ressort des propos dégagés dans les entrevues les constats. Un des participants mentionne que le type d'activité qu'il aimerait faire est incompatible avec son âge et sa santé : « [...] il n'y a pas grand-chose que, il y en a des choses que j'aimerais faire, j'aimerais bien embarquer dans une voiture de course puis faire de la course, ces choses-là, mais tu sais, c'est pas de mon âge si vous voulez ou de ma capacité » (Claude). D'autres participantes expliquent qu'elles n'avaient jamais pensé à quelles activités elles aimeraient découvrir, une autre qu'il n'y avait pas grand chose qui l'intéressait qu'elle ne connaît pas déjà et que finalement, les participantes regardent les offres d'activités disponibles : « [...] pas grand-chose, de ce que je connais pas, bien ça dépend, si vous m'en offrez, je vais vous dire oui, ça me plait, non ça me plait pas » (Lorraine).

Ce que j'aimerais découvrir, j'ai jamais pensé à ça, tu sais quand il y a au début des sessions d'un bord et de l'autre, là t'as les activités qui sont offertes et puis tout ça [I : Oui, la programmation] oui, la programmation, fait que là, je regarde, puis c'est là que ça m'inspire. (Jeanne)

Une autre participante identifie clairement les nouvelles activités qu'elle aimerait découvrir : « La sorte d'activités que j'aimerais découvrir? Oui, j'aime toujours découvrir des choses nouvelles là, y'a le tai chi, le Qi Gong [...] je la reluque depuis longtemps cette activité-là » (Luce).

2- Leurs perceptions de l'apprentissage de nouvelles activités

Les participants ont pour la plupart une perception positive de l'apprentissage de nouvelles activités. En fait, une d'entre eux mentionne que : « L'apprentissage de nouvelles activités, comment je perçois ça? [...] Bien, je trouve que c'est, j'aime ça, tu sais, c'est quelque chose de nouveau que tu fais un effort pour faire l'affaire puis t'apprend quelque chose » (Jeanne). Pour Carole, c'est « oui, c'est en essayant si je saurais si j'aime ou si j'aime pas ». Pour une autre participante, l'important n'est pas

d'acquérir des nouveaux talents mais d'améliorer ou peaufiner ceux déjà existants : « J'irai rarement dans des places pour acquérir des nouvelles habilités, je vais aller dans des places où j'ai déjà des habilités [...] tu sais sauf pour apprendre l'espagnol » (Lorraine). Un autre participant considère qu'il fait toujours des nouvelles activités : « J'en fais toujours des nouvelles activités, veut veut pas, t'essaie toujours quelque chose un petit peu ici, un petit peu là, comme je me suis acheté un bicycle électrique à pédales » (Albert). Comme dernier commentaire, une des participantes mentionne que l'apprentissage d'une nouvelle activité apporte une satisfaction personnelle :

[...] la lecture parce que ça c'est une chose que je faisais pas avant, [...] puis là, je me suis mis à lire, puis j'aime ça [...]
 Bien, ça me fait une satisfaction personnelle, tu sais, je pensais pas d'aimer ça un jour [...] (Blanche)

Cette dernière sous-section conclut la présentation des résultats pour les expériences en loisir des participants.

4.2 Les facteurs influençant la participation

Il est ressorti dans les entrevues plusieurs éléments jouant un rôle soit favorisant ou soit limitatif ayant un impact sur la participation à des activités de loisir dans des centres communautaires. À partir des énoncés des participants, nous avons élaboré une liste de ces facteurs.

4.2.1 Les facteurs favorisant la participation liés à l'offre des centres communautaires

Les facteurs ayant un impact positif sur la participation se regroupent sous cinq thèmes : 1- le personnel et l'accueil, 2- l'offre des activités et les sorties, 3- les contacts sociaux potentiels, 4- les horaires flexibles et 5- l'accessibilité.

1- Le personnel et l'accueil

Le personnel (dont l'accueil fait aux membres) est l'élément qui a été le plus mentionné, il est revenu chez sept des participants. Ce facteur est d'une importance indéniable pour ces derniers, autant pour ceux qui ont une expérience de participation que pour ceux qui n'en possèdent aucune. Il est évoqué par deux des participants que le personnel qui travaille, les professeurs qui enseignent ou animent les activités ainsi que les bénévoles sont des éléments importants dans la participation : « [...] ici je trouve qu'ils ont des bonnes personnes qui donnent de leur temps et puis qui sont dévouées » (Claude) et « Je trouve que le professeur, la personne qui anime, toujours, très, très importante, moi je peux vous dire que je me lie autant à la personne qui anime, je m'aperçois de ça là, je fais la réflexion, est aussi importante » (Luce).

[...] moi je pense que le milieu des aînés, c'est un milieu accueillant et puis je vois des gens comme [personne de l'organisme] là, je vois l'accueil qu'il fait aux aînés et je vois, cette personne-là là qui nous dirige, elle est exceptionnelle. (Luce)

Dans un centre? [...] L'accueil... Le reste, on s'accommode, tu sais s'il y a une activité de prévue, qui est mise sur pied, c'est sûr que le local pourrait faire, moi je ne sais pas là mais, là-dessus, je trouve qu'ici, c'est correct. (Jeanne)

[...] premièrement faudrait que ça soit accueillant puis faudrait qu'il y ait quelqu'un qui, tu sais quand tu arrives, il te parle là puis tu sais, il te demande, tu sais ce que t'aimerais voir, je trouverais ça intéressant puis ça peut-être que ça me dirait d'aller un petit peu plus loin voir [...], ça, c'est de cette façon-là, je sais pas, ça serait agréable de peut-être aller visiter un centre comme ça mais que faudrait que ce soit accueillant là. (Claudette)

2- L'offre des activités et les sorties

Le choix des activités offert aux aînés peut favoriser la participation selon une des participantes : « [...] le dynamisme, c'était clair en voyant ce qui nous était offert que c'était dynamique » (Lorraine).

Les sorties de groupe organisées ont fait l'objet de plusieurs commentaires chez trois des participants pendant les entrevues. Ces sorties sont très appréciées et les participants en question les considèrent comme des moteurs de participation

Il y a des activités en groupe, j'ai bien aimé les sorties de dîner, ça j'ai bien aimé ça, parce que le monde est, on y allait soit en autobus, en métro, et puis, le monde était bien, je dirais bien content. (Claude)

[...] moi je connais des gens qui ne participent qu'aux activités, qu'aux sorties [...] qu'aux sorties, pis elles aiment bien ça [...] Et souvent ça se fait en autobus, c'est, il y a plein de gens qui n'ont plus de voiture là, à nos âges, ou qui n'en n'ont jamais eu. (Luce)

La même chose pour le théâtre, on prenait rendez-vous ici, on partait en métro ensemble puis on, ça, il y a beaucoup, beaucoup de monde, de gens seuls qui feraient rien [...] si on allait pas les chercher. (Lorraine)

En somme, la nature de l'offre de loisir semble prendre une place importante pour les participants.

3- Les contacts sociaux potentiels

Les contacts sociaux déjà établis ou possibles (la possibilité de rencontrer des gens intéressants) et les interactions sociales avec les autres membres que l'on retrouve dans les centres communautaires sont des facteurs ayant un impact sur la participation selon les participants. Une des participantes mentionne que le fait de connaître d'autres personnes qui sont déjà membres a été un élément déclencheur qui a motivé sa participation : « Bien les gens, je connaissais des gens, je serais pas venue ici si je n'avais pas connu personne, donc il y a des gens que je connaissais » (Lorraine).

Selon les commentaires relevés auprès de trois des participants, les autres membres participant à des activités ou fréquentant les centres communautaires peuvent avoir un impact positif sur l'ensemble du groupe : « Il y avait des gens qui avaient de l'éducation, de l'instruction, tout ça et puis qui venaient ici, puis c'était sympathique » (Lorraine).

[...] alors je suis allée m'inscrire et j'ai trouvé que c'était des gens et dans toutes les activités, je peux vous dire c'est la même chose, les gens qui s'inscrivent à des activités, ce sont des gens qui sont cultivés, des gens qui veulent, qui cherchent à faire des loisirs, des sorties intéressantes, de rencontrer des gens intéressants, tous les gens sont intéressants dans les lieux de loisir. (Luce)

Deux des participants font référence aux autres membres et aux rapports d'acceptation sociale qui peuvent jouer un rôle sur leur participation et leur bien-être, comme par exemple

[...] si la personne me semble sympathique, si je leur laisse la parole puis que elle répond puis, elle semble sympathique, tu sais réceptive, ça peut m'inciter à continuer, mais si je vois que je les intéresse pas bien là, je peux aussi bien prendre la porte et m'en retourner. (Carole)

4- Les horaires flexibles

Trois des participants abordent dans leur entrevue le fait qu'ils ne veulent plus être programmés dans un horaire trop rigide et dans des activités à long terme : « Tu sais, c'est, j'aime plus ça bien m'engager dans des affaires à long terme [...] parce que souvent, je ne connais pas mon emploi du temps, mes loisirs, j'en ai énormément » (Lorraine) et « [...] je ne voulais pas avoir plus d'une activité le jour, et une activité, je voulais pas être programmée, à la retraite, je voulais avoir le temps d'en faire aussi de la peinture » (Luce). Pour un autre participant, il pense à sa condition physique et les incapacités qui peuvent se présenter dans le temps : « [...] six mois d'ici là, je sais pas si je vais être debout, debout ou être capable d'y aller fait que là, vous perdez ça, ou vous perdez une bonne portion » (Claude).

5- L'accessibilité

Une des participantes mentionne que la proximité de l'endroit est importante pour elle : « un autre élément la proximité » (Lorraine).

4.2.2 Les contraintes – barrières – raisons pour ne pas participer ou cesser la participation

Les contraintes, barrières ou raisons pour ne pas participer ou arrêter la participation évoquées par les participants dans les entrevues semi-dirigées se retrouvent répertoriées sous huit thèmes élaborés suite à l'analyse des données. On retrouve les contraintes suivantes : 1- les changements dans les besoins, 2- les attitudes et perceptions reliées à certains aînés, 3- l'étiquette de personne seule, 4- les limitations physiques, 5- le manque d'intérêt, 6- l'organisation des activités, 7- le manque de temps relié aux obligations et aux engagements ainsi que 8- le manque de compagnon ou compagne pour aller aux activités.

1- Les changements dans les besoins

Deux participants ont évoqué le fait que les besoins changent soit dans le cycle du vieillissement, ou soit à cause d'événements de la vie :

Peut-être parce que j'ai peut-être moins de, tu sais, je vieillis, j'ai peut-être moins envie de sortir, même si je suis assez en forme, en bonne santé. (Carole)

[...] on perd le goût d'explorer, j'ai pu le goût d'explorer comme avant, je pense que c'est ça qui est le mot : explorer je sais pas, avant ça me faisait rien de prendre une chance explorer, je m'en vais voir tu sais, mais là on dirait que ça vaut-tu la peine de me mettre là-dedans. (Albert)

2- Les attitudes et perceptions reliées à certains aînés

Quatre des participants ont émis des commentaires concernant certaines perceptions ou attitudes reliées à certains aînés ou à des groupes d'aînés. Ces propos portaient sur les comportements d'aînés qui parlent de leurs maladies – qui manquent d'ouverture – qui projettent une image de la vieillesse ayant un impact négatif auprès des participants

[...] je trouvais ça, je sortais d'ici puis j'étais comme *down* [...] j'étais pas à l'aise parce que je voyais du monde puis je me posais des questions, ça vas-tu être moi ça dans deux ans, ou dix ans. (Claude)

[...] ces centres-là, c'est que il y a beaucoup de mémérage [...] tu sais, comme ici en bas, puis quand que ça commence les mémérages, moi, je peux aussi bien prendre le bord et m'en aller. (Blanche)

Ils ne pensent rien qu'à leurs maladies, ils sont pas ouverts vers, bien, il y en a qui le sont, c'est pas vrai ce que je dis là, ici, aussi, il y en a qui le sont mais ils jugent, ils ne sont pas adaptables. (Lorraine)

3- L'étiquette de personne seule

Cette contrainte, évoquée par une des participantes, porte sur l'image et l'étiquette de personne seule, constituant selon elle une limite à la participation dans des centres communautaires pour aînés. De plus, une autre participante vient corroborer cette perception « de personne seule » dans son commentaire.

Il y a plein de monde qui viennent pas, je suis sûre, parce qu'y sont étiquetés comme personne seule s'ils viennent, ça pour moi, c'est bien important parce que les gens ont leur fierté, les gens veulent pas admettre qui sont tout seuls, qu'ils ont besoin de briser leur solitude, puis il y a beaucoup de ces gens-là, qui sont la clientèle que [centre communautaire] veut attirer, je sais pas comment est-ce qu'ils pourraient s'y prendre pour, bien, ils s'y prennent sûrement, ils savent comment s'y prendre, ils réussissent dans beaucoup de cas. (Lorraine)

[...] la façon que je peux voir l'âge, l'âge d'or, c'est que c'est des personnes qui sont seules ou qui sont toutes les deux seules qui aimeraient avoir des activités. (Claudette)

La participante rajoute cependant qu'elle trouve que c'est bien l'âge d'or :

[...] moi je trouve que l'âge d'or, c'est une bonne et belle chose parce que ils sont ensembles, ils se font des réunions, ils font beaucoup de voyages, ils prennent soin d'eux, tu sais ils prennent soin d'eux autres ensemble, là tu sais, moi je trouve ça fameusement bon. (Claudette)

4- Les limitations physiques

Trois des participants évoquent des limitations causées par des problèmes de santé dans leur participation : « La santé, c'est la pire des choses, j'ai pas, comme je te dis... je sais pas, je sais pas, faudrait que ce soit quelque chose de bien, tu sais. » (Albert)

Bien premièrement, je peux quasiment pas me rendre, parce qu'en bas, je participe, au jeu de poches, mais quand t'es fatiguée, tu peux t'arrêter [...] tandis que quand t'es ailleurs, c'est plus difficile tu sais. (Blanche)

5- Le manque d'intérêt

Le manque d'intérêt est une des contraintes qui a été mentionnée par quatre participants. Ce manque d'intérêt est associé soit à la qualité des activités ou à un désintéressement global pour ce type de participation : « [...] fait que c'est pas la recherche de qualité, c'est la recherche de quantité, y'en font beaucoup, beaucoup, beaucoup, et puis, je suis pas intéressée aux cours de peinture, sculpture, etc... » (Lorraine). Une autre participante énonce : « Oui, mais c'est parce que ça, ça répondait pu à mes besoins [I : Ok, vos besoins avaient changé dans quel sens?] Je savais plus quoi prendre comme activité (rires) » (Jeanne).

[...] c'est ça [...], en tout cas, alors avec le train de vie que je fais, avec ça me, aller dans ça, non, ça m'intéresse pas, puis même, je vais te dire tomber seule, j'irais pas plus [...] j'irais pas plus. (Claudette)

6- L'organisation des activités

La contrainte de l'accessibilité aux activités est associée : à l'annulation de cours, à l'annulation de certains programmes de bénévolat, aux règlements d'inscription de certaines activités qui peuvent limiter l'accès, tel qu'il ressort dans ces deux extraits de deux participantes : « J'étais venue pour m'inscrire là, à [activités de groupe], j'étais la seule [...] et puis je voulais hein, je voulais y participer, j'étais la seule. » (Carole) et : « moi, ça m'intéresse beaucoup sauf que j'ai pas le goût de faire la queue puis, c'est limité et on, c'est très limité le nombre de personnes qu'ils acceptent » (Lorraine).

7- Le manque de temps : obligations et engagements

La contrainte du manque de temps ressortant dans les données regroupe les deux sous-thèmes suivants : les conflits d'horaire dans le temps consacré aux activités ainsi que l'engagement et l'implication auprès de la famille et du réseau social. Cinq participants ont fait référence au manque de temps dans leur décision de ne pas participer à des activités organisées de loisir :

[...] les quilles mais j'ai jamais assez, des fois si on en prend un, on peut pas prendre l'autre si ça adonne en même temps que l'autre la même journée, ou les mêmes heures, des fois, c'est ça qui bloque. (Claude)

[...] c'est bien correct, alors deux répétitions par semaine là, je pourrai pas retourner là mais on va revenir j'imagine à une répétition, si on revient à une répétition par semaine, c'est certain que je vais retourner [...] au groupe des aînés. (Luce)

[...] ce que je fais, avec mon temps, c'est toujours avec les petits-enfants, puis, mes enfants alors, c'est ce qu'on fait. J'ai pas le temps, bien, bien, de dire « ha, je vais aller », puis je vais te dire franchement, je n'y pense même pas, je pense même pas à ça. (Claudette)

8- Le manque de compagnon ou compagne pour aller aux activités

Une des participantes soulève dans son entrevue le fait qu'elle aimerait venir accompagnée de quelqu'un pour faire ses activités, que ce serait plus motivant : « Oui, c'est sûr que d'y aller avec quelqu'un qu'on connaît déjà, c'est, me semble que c'est plus plaisant, ça incite plus à continuer » (Carole).

4.2.3 Les motivations

Cette section regroupe les principales motivations décrites par les participants les ayant amenés à pratiquer des activités de loisir.

1- Détermination individuelle

Trois des participantes font référence à leur propre motivation et aux actions à poser afin de concrétiser leur participation et leurs expériences en loisir, comme le mentionne Carole : « [...] mais là, c'est à nous de faire le reste, d'aller voir [...] de prendre des informations », ainsi que Lorraine : « Je suis un mauvais sujet parce que je, on n'a pas besoin de me rejoindre (rires), je me débrouille pour trouver ce que je veux si j'en ai besoin ». Une autre des participantes énonce à ce sujet

Oui, si j'ai un besoin de loisir là tu sais, autre que dans mon *building*, fait que là, je m'informe, là même, ça me tente de faire d'autres choses, peut-être un club de marche, quelque chose de même, il va faire beau [...] Oui, ça va être ça, ce que j'ai dans la tête, présentement [...]

Je pense que c'est dans notre tête ça, d'être, notre cheminement, notre tête, tu sais, ça dépend pas des centres là, ça dépend de ce qui se passe à l'intérieur de nous-mêmes [...], si on a un besoin de quelque chose là, bien ça peut combler un peu là du temps, des rencontres qu'on fait [...] des petites affaires. (Jeanne)

2- Motivation externe

Un participant raconte qu'il est venu dans un centre communautaire parce qu'il accompagnait son épouse et le père de cette dernière: « Puis c'est lui, lui il venait ici, pis il aimait ça jaser avec le monde, puis tout ça, fait que, puis ma femme aussi, bien on lui tenait compagnie pas mal, et puis, on venait ici pour lui tenir compagnie aussi » (Claude).

4.3 Les ressources en loisir

La section des ressources en loisir comprend trois thèmes reliés aux composantes des centres communautaires soit : la connaissance des offres de loisir; les offres de loisir et la communication des offres de loisir.

4.3.1 La connaissance des offres de loisir

La connaissance des offres de loisir comporte deux aspects : ce que les participants connaissent des offres d'activités disponibles, et de quelle façon ils ont pris connaissance de ces offres en loisir.

Pour deux participants, il ressort que les offres en loisir connues sont uniquement les activités du centre qu'ils ont fréquenté et qu'il y a un manque de connaissance des offres externes

[...] ici, pour dire franchement, j'en connais pas beaucoup au point de vue de loisir ici, comme je vous ai dit, les choses, sortir en groupe et puis, le billard, ces choses-là, les quilles [...]

Non, non ici, on appartient à celui-là ici. (Claude)

Ho! Mon dieu! J'en ai pas beaucoup fréquenté alors, quelles sont les activités [...]

Pas grand-chose [...] c'est le seul, c'est le seul où je suis venue. (Carole)

Une autre participante mentionne qu'elle a connu les autres activités de son centre lorsqu'elle s'est réinscrite à une activité :

[...] c'est à partir de l'aquaforme que j'ai su que si on voulait suivre une autre session, il fallait aller s'inscrire au centre des aînés puis là, c'est comme ça que j'ai su puis c'est là que j'ai vu qu'il y avait plein d'activités, c'est comme ça. (Luce)

Pour les autres participants, la majorité connaissent des offres de loisir de plusieurs autres organisations soit parce qu'ils se sont informés, soit parce qu'ils reçoivent des dépliants ou annonces par la poste : « Bien oui, je reçois le catalogue, bien pas le catalogue, la liste des activités, je trouve qui sont, c'est très intéressant, ça fait, c'est typique du [quartier], tu sais, tu aurais pas les mêmes activités ailleurs » (Lorraine).

Ce que je connais? [...] Bien, il y a beaucoup de choses physiques, pour se tenir en forme [...], il y a des conférences, il y a des activités de créativité [...]
Moi, je connais ici [...] et puis, [un organisme], d'un bord et de l'autre, puis [un organisme] peuvent offrir des activités. (Jeanne)

Trois participants ont connu les activités de leurs centres par le bouche-à-oreille; par des amies ou par une voisine, comme une participante dit que : « Bien, par les personnes qui en ont déjà pris [...], qui nous parlent de ça, le bouche-à-oreille ». (Jeanne)

4.3.2 Les offres de loisir

Les commentaires que les participants ont formulé sur les offres de loisir répondaient à nos questions traitant de la programmation des activités. Les volets commentés ont été : l'accessibilité, les activités, les coûts, les descriptifs d'activités, les horaires et la mission des centres communautaires. Une des participantes mentionne sur les programmations en général : « J'ai pas de mauvaise opinion parce que quand tu y vas pas, faut pas que tu critiques, moi j'ai cette impression-là, si tu veux y aller, vas-y, là tu vas avoir le droit de critique » (Blanche).

L'accessibilité

Pour la majorité des participants, l'accessibilité aux centres communautaires est très bonne, il existe différents moyens de transports en commun permettant de s'y rendre facilement : « C'est bien, non c'est un bon centre, et puis on aime la place ici parce que c'est tellement central » (Claude). Carole quand à elle considère que : « En tout cas, ce que je connais, c'est parfait, c'est à côté de la station de métro, je peux pas demander mieux, et puis, c'est pas loin de chez moi ». Le seul bémol concerne l'accès au stationnement

Oui j'ai pas d'auto (rires), mais ça le stationnement, c'est difficile, pour ceux qui ont des autos, celles qui ont des autos, c'est plus des femmes qui viennent [...] et puis, regarde comme ici, c'est à côté d'un métro, on a un bon transport à Montréal, on peut prendre le métro, l'autobus, toute tu sais, quelqu'un qui veut, quelqu'un qui se laisse arrêter par le transport bien là, y vont pas loin (Jeanne).

Les activités

Plusieurs participants, à l'exception d'un seul, considèrent que les programmations d'activités sont intéressantes et diversifiées : « Selon mon expérience, bien, je trouve que c'est très intéressant, tu sais puis tu peux trouver là-dedans quelque chose qui t'intéresse et puis qui est à ta mesure, tu sais, moi je trouve ça très bien la programmation, le [nom d'un centre communautaire] aussi » (Jeanne).

Il y a des gens qui viennent ici, qui, même s'ils viennent ici, ils vont venir ici manger parce que ça coûte pas cher, ça va peut-être être le seul repas qui prennent dans une journée et puis ils viendront pas ici nécessairement pour communiquer avec les autres mais on va aller les chercher, on les laissera pas tout seul, on va aller les chercher fait que puis aussi, y'a des activités pour tous les goûts je trouve en commençant par le bingo [...] jusqu'au théâtre, c'est important d'offrir un éventail d'activités pour tous les goûts. (Lorraine)

Une autre participante nous a fait part de son désir de faire du conditionnement physique :

Bien les activités, je veux dire comme faire du conditionnement physique [...] ça j'aimerais ça, même qu'il y en aurait ici, on l'a demandé parce que c'est bon pour nous autres de faire des exercices, on en a eu une fois, on est supposée de voir encore à ça parce qu'on y tient, tu sais, parce qu'on bouge pas assez, tu sais, ça je l'avoue puis c'est vrai, dès qu'on a une minute, on s'assoie, c'est pas bon (rires) ...non c'est pas bon de rester inactive, c'est vrai. (Blanche)

Les coûts

Les participants ayant répondu à cette question considèrent que les coûts sont tout à fait raisonnables : « Le coût, je me souviens pas si il était inscrit mais la plupart du temps, c'est assez raisonnable » (Carole) et Claude dit que : « Ah, les coûts des activités, c'est parfait, c'est bien, c'est pas dispendieux ce que je vois ». Cependant une des participantes émet une réserve : « Les coûts? [...] Bien si on en prend pas mal, ça revient pas mal cher, tu sais, si tu en prends trois, quatre là, ça te revient cher » (Jeanne). Et pour deux autres participants les coûts n'ont pas d'importance : « Si je veux quelque chose, je regarderai pas le coût si ça vaut la peine [...] une fois que ça l'adonne, tu sais quelque chose que j'aime » (Albert).

Les descriptifs d'activités

Trois participants considèrent que les descriptifs d'activités sont bien écrits : « Bien, souvent c'est intéressant, je trouve que c'est, ils vont chercher le monde là, avec le descriptif, hum, c'est assez complet, ça donne les bonnes informations oui, c'est ça » (Lorraine). Pour une autre participante, dans la programmation qu'elle connaît et reçoit, les activités ne sont pas décrites et le nom des professeurs n'est pas indiqué : « Vous savez quand on nous envoie les activités [...], jamais, le nom du professeur est là. [...]

Parce ça peut changer » (Luce). Et pour un autre participant, il aimerait avoir plus d'informations sur les activités

[...] faudrait savoir le degré d'activité si c'est des activités que tu peux faire, tes jambes, ta tête, si c'est bon pour mon cerveau ou c'est bon juste pour mes muscles, tu sais comme je sais pas, le taichi [...] ces choses-là, et puis qu'est-ce que ça va me donner, ça vas-tu me donner quelque chose qui vaut réellement la peine de mettre un an à faire. (Albert)

Les horaires

Une des participantes a mentionné qu'elle regarde l'horaire selon ses disponibilités « Bien je regarde premièrement si ça me convient dans mon horaire (rires), je regarde ce qui m'intéresse bien sûr, si ça convient à mon horaire » (Lorraine). Une autre participante mentionne que les horaires sont parfaits et qu'il y avait des activités pouvant satisfaire tout le monde

Des horaires, c'est parfait [...] mais à moins de vouloir avoir des activités le soir, moi, c'était le soir aussi quand j'allais [organisme] puis tout ça, tu sais, tu vas où, moi je trouve qu'il y a tout pour choisir si tu veux le faire le jour, le soir, le matin, l'après-midi, tu sais, tu vas ailleurs, y'a pleins de places qu'on peut aller. (Jeanne)

La mission

En dernier lieu, une des participantes commente sur ce que les centres communautaires devraient, selon elle, mettre de l'avant dans leur programmation :

J'aimerais plus qu'ils n'insistent pas sur l'aspect solitude des vieux dans leur programmation, qu'ils insistent plus sur l'intérêt de ce qu'ils font; le coût qui est pas très élevé, sur la possibilité de rencontrer toutes sortes de monde intéressant. (Lorraine)

4.3.3 La communication

La dernière section porte sur la communication, on y retrouve : ce que les participants ont exprimé sur les images représentant les aînés dans les programmations d'activités et dans les publicités; sur ce qu'ils pensent des journées portes ouvertes et quels sont les différents moyens et outils qui permettraient de les rejoindre et de leur transmettre les offres de loisirs.

Images des aînés

Les images des aînés sont bien perçues par la majorité des participants. Les commentaires formulés portent sur le côté positif qui se dégage des images projetées des aînés :

Elles sont bien [I : Les images] oui, oui, je les trouve bien, oui. Elles sont pas compromettantes dans le sens que la personne est mal présentée, je veux dire ils ont de l'air à faire des bonnes, oui des bonnes photos tout ça. Même dans leur présentation de différentes choses qu'ils ont, ils font une bonne présentation avec des photos s'il y en a de besoin. (Claude)

J'ai toujours pensé que c'est, la photo est représentative, tu vois la personne, le bénévole qui va t'aider puis il y a toujours le premier look « sais-tu j'ai confiance en ce gars-là ou cette femme-là » et puis, ça m'intéresserait peut-être fait que là, tu commences à penser à ça, ça marche, fait que la photo oui c'est quelquefois nécessaire. (Albert)

Pour une autre participante, les photos peuvent favoriser le désir d'aller voir les activités : « Bien, oui, ça pourrait être tout ça là [...], ça donne un, en voyant des photos des gens souriants pis tout ça, ça donne peut-être plus envie d'y aller, d'aller voir (rires) » (Carole).

Pour une autre des participantes, les photos d'aînés ne sont pas nécessaires, au contraire, elle opterait pour des photos des sorties ou autre :

J'en ai pas vu beaucoup, moi à priori, je trouverais pas ça important, moi, ça serait plus des photos, si t'organises disons une sortie ou autre chose, des photos de beaux endroits mais pas une gang de monde [...] Moi, j'en mettrais pas de photo de monde (rires). (Lorraine)

Et une des participantes remet en question la véracité des photos prises, sont-elles vraiment représentatives

Pour les activités récréatives, bien des fois, je me demande si c'est vrai ou si ils font juste de la pose ou, tu sais où ils choisissent des gens qui ont l'air bien en forme puis tu sais, les mettent quelque part à faire de la bicyclette ou mais à part de ça, je trouve ça bien, moi. (Claudette)

Journée porte ouverte

La majorité des participants considèrent que la mise en place de journée portes ouvertes est un moyen utile afin de faire connaître les offres de services des centres communautaires : « Bien, c'est bon, c'est excellent même, c'est là qu'on peut s'informer plus puis découvrir des choses qu'on connaissait pas » (Jeanne). Une des participantes énonce : « Bien, si il y en a, si j'en voyais plus d'annoncées, peut-être que je serais plus portée à y aller » (Carole). Une autre participante considère que les journées portes ouvertes ne la concernent pas mais elle reconnaît leur importance

Ah! Ça je suis jamais venue (rires), je sais pas, je sais pas, je pense que ça ne me concerne pas mais ça peut concerner les gens qui, bien, je suis sûr que [centre communautaire] aussi, c'est très important je pense les groupes communautaires sont souvent comme ça, ils se contentent pas d'offrir des affaires, de les annoncer puis tout ça, ils vont chercher le monde, parce que il y a souvent des gens seuls qu'il faut aller chercher. (Lorraine)

Moyens et outils de transmission des offres de loisirs

Les moyens et outils nommés par les participants sont : le bouche-à-oreille, la poste, le téléphone, les journaux de quartier et internet (pour un seul des participants). Une des participantes énonce : « Bien, par les personnes qui en ont déjà pris [...], qui nous parle

de ça, le bouche-à-oreille [...] Bien, souvent par téléphone [...] puis par la poste » (Jeanne). Une autre participante énonce : « [...] des dépliants [...] me semble qu'ils en passent pas beaucoup » (Carole) et elle ajoute plus loin dans l'entrevue : « Appelez-moi! (rires) [...] Je suis peut-être plus facile à convaincre au téléphone [...] ».

Une autre participante explique qu'une fois qu'elle a été inscrite à des activités, elle a reçu la programmation par la poste

[...] c'est qu'une fois qu'on s'inscrit à l'activité, on nous envoie par courrier toutes les activités là il y a une feuille [...] la programmation puis il y a une feuille au centre pour s'inscrire et puis, on doit se présenter tel jour, entre telle journée et telle journée sinon on doit l'envoyer par la poste. (Luce)

Finalement, susciter l'intérêt et l'attention des aînés par plusieurs moyens concomitants demeure une voie à considérer afin de favoriser la participation dans les résultats.

En conclusion, la présentation des résultats de recherche reflète les différents thèmes qui ont émergé des analyses. Il est particulièrement intéressant de retrouver dans les données des expériences en loisir variées. Les éléments saillants du chapitre que l'on retrouve dans les trois grands axes se démarquent principalement : 1) par les données représentant une partie des enjeux des centres communautaires mais également une prise de conscience des perceptions et du discours social au sujet du vieillissement, 2) par la multiplicité des pratiques en loisir, démontrant un grand dynamisme au sein de la population aînée, d'une recherche de socialisation et d'une volonté de se créer des réseaux, ainsi que de transformer et percevoir les activités de loisir en nouveautés et 3) par une meilleure connaissance de ce qui est important aux yeux des participants dans les offres de loisir.

Chapitre 5

Analyse des résultats et discussion

Le présent chapitre porte sur l'analyse des résultats et la discussion en lien avec les objectifs de la recherche. Afin de faciliter la lecture et de bien comprendre notre démarche, nous représentons lesdits objectifs déjà mentionnés au premier chapitre : 1) de comprendre les comportements des aînés dans leur participation à des activités organisées de loisir 2) d'explorer plus en profondeur les contraintes et les motivations des aînés et 3) de dresser un portrait de leurs pratiques en loisir, 4) d'explorer comment les notions de l'éducation au loisir peuvent être utilisés et adaptés dans les offres de services, et 5) de déterminer quelles sont les meilleures stratégies du marketing des services qui permettent de transmettre l'information à la population aînée. Conséquemment, le chapitre sera divisé en cinq sections : les théories applicables aux expériences de loisir, les comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-participatifs), l'adaptation des notions d'éducation au loisir, l'application des principes du marketing des services sur les offres de loisir et la communication faite aux aînés et la portée et les limites de la recherche.

5.1 Les théories applicables aux expériences de loisir

Les différentes expériences de loisir présentées dans les résultats peuvent être, selon nous, interprétées par une des trois théories suivantes : la théorie de la continuité, la théorie de l'optimisation sélective avec compensation et la théorie de l'innovation. Ces théories peuvent s'appliquer à l'étude des comportements de façon unique ou de manière simultanée.

L'analyse des résultats fait ressortir que la majorité des expériences de loisir présentées au chapitre précédent correspondent aux prémisses de la théorie de la continuité : les individus continuent ou non de pratiquer les mêmes activités lorsqu'ils vieillissent (Atchley, 1991). En effet, les participants qui ne participaient pas à des

activités de loisir dans des centres communautaires ont continué à ne pas participer. Les participants qui ont un vieillissement dit « normal », ce qui veut dire qu'ils ne sont pas contraints par une « pathologie » (Burnett-Wolle & Godbey, 2007, pp. 499-500), ont des expériences de participation qui présentent une continuité interne et externe (Atchley, 1991). C'est-à-dire qu'ils poursuivent leur pratique de loisir tel qu'ils le faisaient auparavant, soit en fonction de leurs valeurs et leurs expériences antérieures, ou qu'ils maintiennent une continuité externe, leurs activités étant encore associées ou dépendantes de leur environnement familial et habituel. Cependant, cette théorie a ses limites et cela peut se refléter dans leurs pratiques d'activités

Atchley acknowledges that "external continuity is a less practical adaptive strategy" for people who experience pathological aging and suggests that "continuity theory is not very helpful in understanding the external reality" of this group, a primary concern of leisure researchers (p. 184). (Burnett-Wolle & Godbey, 2007, p. 500)

Une fois ce premier constat énoncé, il faut chercher à comprendre plus en profondeur si les théories, tel qu'énoncé par Nimrod et Hutchinson (2010, p. 19), sont complémentaires et si elles peuvent être applicables à une même expérience, ce que nous analyserons ultérieurement.

On constate que les expériences de participation ont diminué ou cessé pour certains participants en raison de diverses contraintes auxquelles ils ont été confrontés. Par conséquent, si l'on prend la contrainte de limitations physiques, un des participants a limité certaines de ses activités, mais il s'est fixé un objectif en changeant son activité

[...] comme je me suis acheté un bicycle électrique à pédales, et puis, je suis pas supposé pédaler, j'ai pas besoin de pédaler, seulement, je voulais me remettre en forme fait que je m'en vais avec le bicycle et je pédale pareil [...]

Conséquemment, il a mis en application un processus d'adaptation, suivant ainsi la théorie de Baltes et Baltes (1990). En effet, il a sélectionné une activité en fonction de

ses besoins et ses limites, il l'a optimisée pour se « remettre en forme » par la compensation, en pédalant.

Interprétation multiple

Une autre participante a également limité certaines de ses activités, mais elle a cependant découvert une nouvelle activité. Selon l'angle d'analyse qui est pris, 1) son expérience de loisir, 2) sa pratique d'activité ou 3) son analyse subjective – c'est-à-dire comment elle perçoit sa nouvelle activité – les trois théories peuvent expliquer son comportement. En fait, elle n'a jamais participé à des activités dans des centres communautaires, elle continue donc dans son expérience de non-participation, ce qui peut être interprété par la théorie de la continuité (Atchley, 1991). Ensuite, elle a adapté sa pratique en loisir, qui consistait dans ses engagements familiaux (faire des sorties et recevoir sa famille) en fonction de ses contraintes physiques (difficultés à marcher), elle a fait une sélection d'une activité, la lecture, elle a optimisé cette activité et a compensé ainsi ses contraintes. Nous pouvons donc en déduire que la théorie de l'optimisation sélective avec compensation s'applique au comportement de cette participante (Baltes & Baltes, 1990). Elle a choisi de minimiser sa contrainte par une activité différente ou nouvelle et d'en maximiser le potentiel.

Nous poussons la réflexion encore plus loin dans l'interprétation qu'elle fait de la découverte de son activité. Elle énonce que la lecture est une activité qu'elle ne faisait pas avant et qu'elle lui apporte « une satisfaction personnelle ». La théorie de l'innovation (Nimrod & Kleiber, 2007; Nimrod, 2008) précise que l'innovation résulte dans la perception que l'individu a de son activité, dans le cas présent, elle perçoit la lecture comme une nouveauté et cela lui apporte une satisfaction (Nimrod & Hutchinson, 2010). Il apparaît donc que cette théorie peut elle aussi servir à expliquer et mettre en place des processus d'adaptabilité au vieillissement.

D'autre part, il ressort dans la section portant sur les perceptions de l'apprentissage de nouvelles activités que la majorité des participants ont une perception positive de l'apprentissage de nouvelles activités, ce qui vient démontrer l'utilité de la théorie de l'innovation. En effet, un autre participant explique également que sa santé constitue une limitation dans la pratique de certaines activités mais qu'il considère tout de même que les activités qu'il fait sont de nouvelles activités, selon son expérience de participation. Voilà pourquoi nous considérons qu'il faut retenir, dans le cadre de notre recherche, que lorsque le vieillissement se présente sans contrainte physique, psychologique ou sociale, la théorie de la continuité est celle qui correspond aux expériences de loisir. De plus, elle peut être complétée par la théorie de l'innovation dans plusieurs des expériences de participation. En conclusion, la théorie de la continuité et la théorie de l'optimisation sélective avec compensation en lien avec la théorie de l'innovation sont tout à fait pertinentes dans l'étude de l'adaptation des comportements en loisir des aînés ayant des contraintes puisque la perception des contraintes est au cœur de ces processus liés aux changements dans le vieillissement (Nimrod & Hutchinson, 2010, p. 20).

5.2 La participation

Le concept de la participation regroupe 1) les comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-participatifs) des aînés – les portraits des pratiques en loisir, les contraintes, les motivations, les bénéfices et les attentes – ainsi que 2) la participation sociale.

5.2.1 Les comportements participatifs

Les portraits des pratiques en loisir

Du vélo au tai-chi, du cinéma au billard, les portraits des pratiques en loisir des participants sont variés. Les résultats de nos analyses ne sont donc pas homogènes, à l'image de la population qui les pratique. En effet, il ressort dans les écrits scientifiques que la population âgée est non homogène (voir entre autres OMS, 2002; Cardinal & coll., 2008) et cela se reflète dans notre étude sur leurs pratiques en loisir. Dans la recherche actuelle, on peut considérer que les pratiques en loisir ne correspondent pas aux activités attribuées aux seniors et ce, tel que représentés par les auteurs Sperazza et Banerjee (2010) :

Many of their leisure activities are sedentary, and when we think of this age group, bingo, golf, shuffleboard, cooking, and sewing are the leisure activities that come to mind. The values of seniors and boomers are reflectively different, creating a challenge to the leisure professional. (p. 200)

Cette diversité de pratiques peut ainsi s'expliquer par des différences générationnelles (entre d'une part la *Silent* et la *Greatest generation* des 70 ans et plus, et les baby boomers d'autre part, voir Cochran, Rothschild & Rudick (2009)), approche qui est notamment utilisée dans ce mémoire. Il est toutefois certain que d'autres variables, notamment les facteurs personnels, socio-démographiques et socio-économiques, influencent également les pratiques de loisirs. Des variables qui influencent, par ailleurs, les pratiques de l'ensemble de la population, et non seulement celles des aînés.

On peut néanmoins s'interroger à savoir comment ces variables influenceront les valeurs des différentes cohortes. Autrement dit, se pose la question de savoir si, dans quelques années, la population des personnes âgées de 70 ans et plus recherchera toujours une expérience de loisir correspondant aux valeurs de la cohorte des baby-

boomers, ou si, par exemple en tenant compte des limitations diverses, on pourra l'associer davantage aux valeurs des séniors actuels?

Les contraintes

On peut constater dans les résultats que les contraintes mentionnées par les participants corroborent les écrits scientifiques. En effet, les changements dans les besoins, les attitudes et perceptions reliées à certains aînés, l'étiquette de personne seule, les limitations physiques, le manque d'intérêt, l'organisation des activités, le manque de temps relié aux obligations et aux engagements et le manque de compagnon ou de compagne pour aller aux activités sont toutes des contraintes soulignées par les participants et identifiées dans les écrits scientifiques (Carbonneau, 2011; Chou Chow, & Chi, 2004; Jansen, 2005; Kleiber & Nimrod, 2009; McGuire, Boyd & Tedrick, 2004; McGuire & Norman, 2005; Strain & al., 2002; Walker & al., 2004). Nous soulevons qu'une des participantes, n'ayant aucune expérience de participation dans un centre communautaire et n'ayant pas d'intérêt pour ce type d'activités, correspond à ce qui se dégage de la littérature au sujet des individus ayant un bon réseau social : « [...] and those with an extensive social circle were least likely to participate (Krout, 1988; Lun, 2004; Walker et al., 2004) » (Pardasani, 2010, p. 51). Les mêmes constatations ressortent de l'étude d'Ashida et Heaney (2008) : « Those who already have companionship within their social networks may not view participation at the center as a priority » (p. 53).

Cependant, il est particulièrement intéressant d'arrêter notre analyse sur la contrainte de « l'étiquette de personne seule » qui peut, selon la perception d'une des participantes, avoir un impact sur la participation. Est-ce que cette contrainte peut être classée sous la contrainte élargie de l'âgisme? Dans l'étude de Jansen (2005), l'auteure identifie et classifie les attitudes reliées à l'âgisme dans son questionnaire par « *Ageist Attitudes - Activities not appropriate for age - Adapted to retirement - Feeling too old -*

Not wanting to be around other elders » (p. 43). Elle définit les attitudes âgistes par : « The ageist attitudes barrier referred to limitations imposed by the narrowed perceptions and discriminatory views of the participants themselves or of others regarding age-appropriate behavior and elderly people » (p. 45). Nous considérons donc que cette contrainte est comprise dans la définition de l'âgisme comme une perception d'une image négative du vieillissement. Cette contrainte est directement reliée à l'image et au message perçu qui peuvent être interprétés de façon négative sur le rôle des centres communautaires pour aînés de « briser l'isolement ». Comme le souligne Dupont (2010) dans un article intitulé *Sur la représentation du vieillissement dans la publicité*

Il est vrai que sur le plan du discours, la publicité entretient une vision péjorative des aînés. De façon générale, la personne âgée est un cliché (Singer, 1983). Le discours publicitaire est généralement négatif (Moschis, 1989; Lexchin, 1990; Wolfe, 1990). L'image de la personne âgée dans la publicité fait peur; elle évoque symboliquement la solitude (Aronoff, 1974). (p. 46)

Il y a lieu de s'interroger, est-ce que cette perception de l'image s'étend aux centres communautaires pour aînés? En se référant à la littérature, tel que présentée dans la problématique, il apparaît que cette contrainte est bien présente. Marken (2005) a interviewé des adultes mi-cinquantaine prérétraités afin de déterminer quel serait leur centre idéal. Il se dégage de cette étude que ces futurs aînés veulent préserver leur santé physique, se stimuler intellectuellement et continuer à s'impliquer dans la communauté :

Beyond a belief in personal control over work, education and leisure, pre-retirees recruited for this research also believe in their mastery over physical and mental decline. They anticipate vigorous exercise, healthy eating, and mental stimulation will enable them to remain vital and contributing members of the community during retirement. (p. 79)

Et l'auteur ajoute dans sa discussion : « The social type of 'frail and old' thus becomes an obstacle in recruiting young, healthy retirees to Riverview » (p. 80). L'auteur propose donc quatre recommandations pratiques pour les professionnels en loisir portant sur : l'équilibre de l'esthétisme et de la fonctionnalité de l'espace publique

et de l'environnement physique; l'offre d'opportunités d'engagement social et d'activités, l'intégration et la promotion de la santé dans les environnements physiques et sociaux et l'élargissement de la portée des programmations pour inclure des activités pendant toutes les différentes étapes de la vie (pp. 80-82). Il renchérit sur d'autres aspects

[...] offer activities that focus on achievement of individual and group goals, eliminate invisible barriers to participation, advertise programs in a way that increases diversity among participants, balance traditional senior activities with those that are physically and intellectually challenging, open the senior evenings and weekends to attract a younger population, and design an environment that is supportive of differing abilities. (p. 82)

Dans la recherche de Hostetler (2011), les mêmes constatations sont confirmées

At the same time, stereotypes about senior centers (i.e., as knitting and bingo warehouses for the frail and lonely elderly) present a significant obstacle to attracting young seniors. According to Calsyn et al. (1996), the image problem of senior centers poses present and future challenges, causing volunteer shortages and dissuading seniors from seeing these centers as a resource, even when they need help. (p. 167)

Hostetler (2011) propose de trouver des solutions pour éviter une fragmentation entre les différentes populations d'âinés et éliminer le fossé pouvant exister entre les différentes générations (pp. 175-176).

Les solutions apportées par les chercheurs demeurent des pistes à considérer, cependant les besoins en loisir à combler chez les différentes générations sont complexes et les perceptions à l'égard des autres âinés parfois contradictoires. Pour susciter l'adhésion, et un sentiment d'identification à l'égard des centres communautaires, ces derniers devront-ils créer des programmations basées sur l'âge? Sur les valeurs générationnelles? Quels seront les segments définis et quelle formes prendront les programmations dans le futur (Pardasani, 2010)? Ces questions seront à explorer dans les prochaines années.

Les motivations

Les différentes motivations que l'on retrouve dans les résultats correspondent à ce qui émerge de la littérature. En effet, on y retrouve les types de motivation élaborés dans la théorie de la « self-determination » par Deci et Ryan (2008), soit la motivation intrinsèque par l'auto-détermination des participants, et la motivation extrinsèque par une source ou une influence externe auprès d'un participant.

Lorsque l'on analyse les ruptures de participation et les contraintes installées chez certains participants, il y a une diminution de la motivation intrinsèque qui résulte en une baisse ou un arrêt de participation. Pensons à Albert qui dit « [...] on perd le goût d'explorer, j'ai pu le goût d'explorer comme avant ». L'étude de Rousseau et al. (1995) évoque un : « [...] facteur original dont la pondération l'emporte sur tous les autres : l'*autonomie psychologique* (ou de sa contrepartie négative la *résignation*). Non seulement l'autonomie contribue-t-elle directement au bien-être, mais elle devient un élément qui médiatise l'effet de la participation à certaines activités [...] » (p. 115). Et plus loin dans la discussion, les auteurs affirment :

Plus la source de cette motivation à réaliser l'activité est intrinsèque ou autodéterminée, c'est-à-dire plus l'individu s'y engage de son propre gré, plus cette activité lui permet d'exercer son pouvoir de décider et d'agir, et contribue ainsi à favoriser son bien-être. (Rousseau & al., 1995, p. 115)

Si cette motivation s'avère déterminante dans la participation, il apparaît que pour les aînés, la motivation extrinsèque joue un rôle prioritaire. En effet, Carbonneau (2011) constate dans son étude que la motivation extrinsèque peut jouer un rôle pour les gens âgés de 70 ans et plus :

Par conséquent, la participation en loisir des personnes plus âgées serait plus fortement liée à des éléments extrinsèques de motivation. Les encouragements et la stimulation de l'entourage pourraient alors jouer un rôle plus important pour soutenir une participation en loisir optimale chez les personnes plus âgées. (p. 39)

Certes, les stimulations de l'entourage peuvent contribuer à maintenir ou débiter une pratique de loisir. Néanmoins, il y a lieu de se poser la question à savoir si le discours social sur la participation peut être une source d'angoisse et produire, au final, l'effet inverse de celui recherché : celui de diminuer un bien-être. Une des participantes énonce par exemple : « [...] on devrait trouver des loisirs qui nous intéressent puis y participer, en faire, pas passer les journées à la maison à regarder la télévision [...] ». Comme le soutiennent Pelletier et al. (1995) : « Les loisirs régularisés par des formes de motivation non autodéterminées, s'exprimant, par exemple, sous la forme de sentiments de culpabilité, de pressions environnementales ou d'habitudes qui n'ont plus de raison d'être, seraient associés à un bien-être psychologique faible ou négatif » (p. 152). Par conséquent, est-ce que la motivation extrinsèque peut se transformer en une amotivation? Comment aménager ce discours et éviter ainsi une rupture totale de participation? Comment parvenir, par la motivation extrinsèque, à développer chez les non-participants cette autonomie psychologique? Nous y reviendrons dans les lignes qui suivent.

Les bénéfices et attentes

Les résultats viennent corroborer que la pratique d'activités de loisir a un impact positif sur le bien-être (Carbonneau, 2011). La socialisation, la valorisation personnelle, le plaisir, la liberté, la santé et le bien-être, le développement et l'apprentissage, l'altruisme et faire passer le temps sont les bénéfices et attentes évoqués par les participants. Ces bénéfices et attentes se retrouvent dans les écrits scientifiques (Carbonneau, 2011, Annexe 4, p. 135). Nous retenons cependant que la socialisation représente pour les participants un aspect majeur de leurs attentes en loisir, puisqu'elle est la plus souvent mentionnée. Cela corrobore les écrits scientifiques, tels qu'énoncé par Adams, Leibbrandt et Moon (2011) dans leur recherche où les activités sociales, formelles et informelles, sont les types d'activités les plus associées au bien-être (p. 700).

Il ressort que l'altruisme est un bénéfice en loisir pour deux des participants. Par exemple, Blanche affirme : « je suis contente de participer [...] oui, bien je me dis la personne qui se dérange, comme l'intervenante qui vient, c'est pas intéressant pour elle si on participe pas, fait que tout en lui faisant plaisir, je me fais plaisir à moi aussi ». Il est à noter que ce bénéfice correspond à une des valeurs associées à la *silent* et la *greatest generation* (Olazabal, 2009). Conséquemment les bénéfices et attentes peuvent être différents entre les aînés d'une même génération. Encore une fois, une analyse des différences entre les valeurs des aînés et celles des générations suivantes apparaît nécessaire afin de pouvoir en dégager une typologie.

Dans les attentes exprimées par les participants par rapport à leur loisir, une forte proportion de ceux-ci commentent leur expérience de loisir et l'associent au plaisir et à la détente qu'ils en retirent, comme par exemple une participante énonce : « c'est de jaser avec eux autres, avoir du plaisir, bon, on rit ensemble, je vois du monde ». Ce constat correspond aux conclusions de l'étude élaborée par Watkins et Bond (2007) qui fait référence au concept « Escaping pressure » pour changer une situation par le plaisir et la relaxation (p. 301). Pour une autre participante, le loisir représente une façon de se réaliser et correspond au concept de « achievement fulfillment » qui veut dire que le loisir est une opportunité de se donner du plaisir, de se rendre plus heureux intérieurement (pp. 298-299). Pour deux participantes, il s'agit de meubler/passé le temps et cette expérience correspond à « the referential meaning of the experience focused on using spare time » (pp. 295-296).

5.2.2 La participation sociale

Il apparaît dans la recherche de Raymond et al. (2008) sur la participation sociale que plusieurs facteurs peuvent influencer la participation. On remarque que ce sont les mêmes éléments qui favorisent la participation (p. 35). En effet, nous avons constaté dans notre recherche que les participants ont identifié des facteurs ayant un impact qui

peut favoriser la participation à des activités de loisir dans des centres communautaires, tels que : le personnel et l'accueil, les activités et les sorties, les contacts sociaux potentiels, un horaire flexible et l'accessibilité.

En outre, dans notre étude, « le personnel et l'accueil » des centres communautaires s'avère le facteur qui est revenu le plus souvent dans les données. Ce facteur pourrait être associé au facteur de culture des professionnels des organisations dans l'étude de Raymond et al. (2008, p. 43). De plus, on y retrouve également le facteur de « l'accessibilité au lieu ». Quant au facteur « les contacts sociaux potentiels », il est reconnu comme un facteur majeur pouvant influencer positivement la participation, et ce, tel qu'indiqué par Ashida et Heaney (2008) : « Because knowing someone who participated at a senior center has been found in prior research to be a strong predictor of actual participation (Hanssen et al., 1978; Krout et al., 1990) [...] » (p. 54).

5.3 L'adaptation des notions d'éducation au loisir

La perception du loisir est différente selon les participants. On y retrouve pour certains la notion de « participer à », qui fait référence au fait de prendre part à des activités organisées et aussi celle du « devoir de participer », tandis que pour d'autres, il s'agit d'une liberté, de faire ce qu'ils veulent. Deux visions diamétralement opposées dans leur perception. D'autre part, on peut constater dans les résultats que plusieurs participants n'ont jamais pensé à une nouvelle activité qu'ils aimeraient faire. Il ressort que la majorité des participants choisissent ce qui est offert, qu'il y a peu de demandes concrètes, peu d'activités novatrices proposées par les participants eux-mêmes, tel qu'énoncé par une des participantes

Ce que j'aimerais découvrir, j'ai jamais pensé à ça, tu sais quand il y a au début des sessions d'un bord et de l'autre, là t'as les activités qui sont offertes et puis tout ça [I : Oui, la programmation] oui, la programmation, fait que là, je regarde, puis c'est là que ça m'inspire.

L'émergence de ces résultats démontre l'importance de mettre en place un programme d'éducation au loisir au sein des organisations. Tel qu'il est démontré dans les écrits scientifiques, l'éducation au loisir permet aux participants de faire des gains d'autonomie et de contrôle qui peuvent s'étendre à d'autres sphères de leur vie (Searle & al., 1998). Par l'éducation au loisir, les aînés peuvent réfléchir sur le potentiel du loisir dans leur vie et s'ouvrir à de nouvelles activités mieux en mesure de répondre à leurs attentes et besoins. Au-delà de l'occupation du temps, l'éducation au loisir contribue à donner plus de sens aux pratiques récréatives (Carbonneau & al., 2011). L'éducation au loisir implique de comprendre les divers éléments en cause dans l'adoption de comportements donnés. Il importe donc d'approfondir l'application du modèle transthéorique comportemental de Prochaska et Velicer (1997).

Application du modèle transthéorique comportemental

Il existe dans la littérature plusieurs modèles théoriques comportementaux dans le domaine de la santé. Ces modèles, dans une perspective plus large, peuvent permettre de comprendre comment le comportement peut être associé à une nécessité de maintenir une santé physique mais aussi une santé et un bien-être psychologique. Le modèle transthéorique comportemental (*Transtheoretical model of health behavior change*) de Prochaska et Velicer (1997) comporte six étapes : préréflexion, réflexion, préparation, action, maintien et terminaison (p. 39; Levasseur, 2004, p. 6). Selon Levasseur (2004) : « Ce modèle a pour objectif de décrire, plutôt que d'expliquer, l'état psychocognitif de l'individu en lien avec un comportement donné » (p. 5). Dans le cadre de la problématique à l'étude, ce modèle peut être applicable aux participants ayant déjà acquis une expérience de participation. En effet, leur comportement se situe entre le maintien : « l'individu tente de prévenir les rechutes et de conserver son nouveau comportement (durée habituelle : 6 mois à 5 ans) » (p. 6) et la terminaison : « l'individu n'a plus aucune tentation et est confiant de sa pleine capacité à maintenir son comportement (objectif ultime) » (p. 6). Les rechutes sont causées par les contraintes

donc, par quel moyen peut-on amener ces participants à maintenir leur participation dans des centres communautaires et éviter ainsi une rupture de participation? Selon Levasseur (2004), différents programmes d'intervention peuvent être envisagés

Par exemple, considérant la réalisation d'activités de loisirs, il faut que l'individu soit impliqué pour d'abord identifier quel est son niveau de réalisation dans les activités de loisirs, quelles sont ses préférences en terme de loisirs, quelles sont les opportunités de son environnement pour pratiquer des loisirs, etc. Pour augmenter le sentiment de contrôle de l'individu, ce dernier doit être au premier plan de cette démarche. (p. 10)

Levasseur (2004) spécifie que « 1) le changement de comportements est un processus qui survient à travers une séquences d'étapes qui s'échelonnent dans le temps et 2) l'intervention doit tenir compte de l'étape à laquelle l'individu se situe dans son processus de changement (Prochaska & Velicer, 1997) » (p. 11). L'approche de l'éducation au loisir est donc une voie à suivre pour amener les aînés à recommencer leur pratique de loisir ou à développer une pratique autonome du loisir et améliorer leur qualité de vie (Jansen, 2005).

5.4 L'application des principes du marketing des services

Dans la section consacrée aux notions de marketing des services, le focus a été mis sur les éléments composant le mix marketing des services qui ressortent des résultats et sur les stratégies et moyens de communication. Il ressort de la connaissance des offres de loisir qu'une partie des participants connaissent les activités des centres où ils ont participé. Les autres ont connu les activités par le bouche-à-oreille et certains par de la publicité reçue par la poste. En fait, ce qui est constaté est que les participants qui sont proactifs, qui sont motivés intrinsèquement dans leurs pratiques de loisirs, vont chercher l'information qui les intéresse, au moment qui leur convient et dans les lieux qui leur sont accessibles. Ce qu'il faut déterminer est comment parvenir à rejoindre les anciens participants en rupture de participation et les non-participants.

Mix marketing des services

Tel que mentionné, plusieurs éléments ressortent des données. Dans les facteurs influençant la participation, on a constaté que « le personnel et l'accueil » joue un rôle essentiel auprès des participants. En effet, ces données se retrouvent dans le mix marketing des services dans la composante « les acteurs » qui regroupent le personnel de contact (Lovelock & al., 2008, pp. 26-28). L'importance de former le personnel pour l'accueil (de contact avec le public) a une incidence majeure dans l'expérience de participation des nouveaux participants. Cette première impression peut favoriser la participation, comme le mentionne Lovelock et al. (2008) : « La nature, l'intensité, le déroulement, le ton, le rythme, la voix, la gestuelle et l'attitude du personnel de contact influence fortement la perception des clients et conditionnent la qualité du service rendu, qu'elle qu'en soit l'issue » (p. 28).

Un autre élément majeur est comment les organisations aménagent-elles les lieux afin de favoriser l'échange? Quelle ambiance tente-t-on de mettre en place afin de susciter, chez les participants, l'opportunité de rencontres et la création de liens sociaux? Cet aspect est à considérer quand on sait que « les contacts sociaux potentiels » est un facteur important influençant la participation. La composante de l'environnement physique (Lovelock & al., 2008, p. 27) s'avère une partie importante de l'expérience de participation pour créer cette ambiance : « Le décor et l'environnement matériels jouent un rôle important dans la formation de l'expérience que vit un client et sa satisfaction, surtout lorsqu'il s'agit de services de type contact « high contact » (contact soutenu avec la clientèle) (Lovelock & al., 2008, p. 319). Les auteurs ajoutent au sujet de l'atmosphère, qui est une des dimensions de l'environnement de service : « L'atmosphère générale d'un lieu est constituée de l'ensemble des éléments qui sont perçus par nos cinq sens. Même s'ils ne sont pas consciemment perçus, ils ont un effet sur le bien-être des individus, leurs perceptions, leurs attitudes et leur comportement » (p. 328). Cela rejoint une des recommandations de Marken (2005) au sujet de l'environnement et de l'ambiance dans les centres pour aînés : « Person-environment-fit

can be enhanced through selection of materials, colors, shapes, illumination, acoustics, and space » (p. 81).

On constate dans les résultats portant sur les offres de services en loisir que : 1) les participants apprécient généralement les programmations d'activités, 2) les coûts sont abordables, et 3) des participants aimeraient avoir plus d'information dans les descriptifs d'activités. Les éléments qui apparaissent dans les données comme marquants sont le rapport à la nouveauté dans la pratique d'activités et les sorties. Tel qu'il découle des résultats, la possibilité de pratiquer de nouvelles activités est perçue positivement par les participants. Ce constat amène donc des possibilités pour les organisations d'offrir des nouveaux « services », avec un descriptif plus détaillé. L'accessibilité aux centres ainsi que les horaires souples demeurent également des éléments importants, cela correspond à la composante « le lieu et le temps/place » comme le souligne Lovelock et al. (2008) : « La rapidité d'exécution et la commodité du lieu et du moment de livraison pour le client deviennent alors clés dans le design de l'offre » (p. 27).

Mix de communication

La communication demeure sans aucun doute essentielle dans la démarche de transmission des offres de services aux aînés. Selon Lovelock et al. (2008) : « Pour les services, les outils de communication marketing sont particulièrement importants : ils aident à créer des images puissantes et à construire de la crédibilité et de la confiance » (p. 186). Dans les données présentées, on constate que les images des aînés dans les publicités ou programmations sont bien perçues, cependant une des participantes considère qu'il y a lieu de présenter des images reliées aux sorties et aux activités.

Dans la communication des services, plusieurs éléments doivent être pris en compte. Dans le présent mémoire, nous retenons entre autres que : « Il faut particulièrement tenir compte des conséquences de l'intangibilité dans la performance du service, de l'implication du client dans la production, de l'importance du contact avec le client, de

la difficulté à évaluer nombre de service [...] » (Lovelock & al., 2008, p. 188). Cela se répercute dans l'élaboration de la programmation; au niveau des descriptifs d'activités, des photos présentées, des informations générales pour contacter l'organisme, de la mission et des membres participants.

Il ressort des résultats que les moyens de communication permettant une transmission de l'information sont : le bouche-à-oreille, la poste, le téléphone, les journaux de quartier et internet. La personnalisation par des appels téléphoniques apparaît cependant comme un moyen plutôt efficace de rejoindre les individus ainsi que le bouche-à-oreille, où l'on peut constater l'importance des interactions sociales et du réseau social. Cette constatation est corroborée par Lovelock et al. (2008) : « Les recommandations d'autres clients sont généralement mieux perçues que les activités promotionnelles générées par l'entreprise et peuvent avoir une forte influence sur les décisions des personnes pour faire acheter (ou ne pas acheter) un service » (p. 200). Il existe plusieurs outils permettant d'accroître la transmission de l'information dans le mix de communication et ces outils peuvent être utilisés successivement ou en même temps.

En résumé, il se dégage de notre étude que les services offerts dans les centres communautaires pour aînés correspondent aux demandes des participants : des services et des activités diversifiés, tel que des dîners au centre, des sorties externes et l'importance de la socialisation et des réseaux sociaux pouvant se créer dans ces lieux. C'est la perception de l'image attribuée aux centres communautaires qui est discutée et l'interprétation des attentes et des besoins en loisir des aînés. En effet, quels aspects peuvent être travaillés ou moulés autrement afin d'amener les participants à éviter des ruptures de participation et à favoriser la participation de ceux qui n'ont pas d'expérience de loisir dans le milieu communautaire? Comment peut-on revitaliser l'image projetée par les pratiques de loisir pour les rendre accessibles à ceux confrontés à des contraintes internes ou externes? Comment peut-on changer certaines perceptions

négligées reliées au discours populaire et quels sont les outils que l'on peut utiliser afin de favoriser leur participation?

Les notions de l'éducation au loisir et des principes du marketing des services mis en lumière dans la présente étude peuvent guider les organisations dans leur élaboration des offres de services. Il se dégage des résultats qu'une organisation de l'environnement « de service » qui tient compte des facteurs présentés dans le cadre de ce mémoire ainsi qu'une transmission personnalisée des offres permettrait de favoriser la participation en loisir. Cette participation, si elle est réalisée au sein d'un programme d'éducation au loisir, peut soutenir l'acquisition de compétences en loisir et augmenter ainsi le bien-être des aînés. Les journées portes ouvertes demeurent un moyen de communication efficace afin de pouvoir transmettre aux participants les informations concernant les offres de services. De plus, ces journées permettent de conscientiser les aînés à développer leur intérêt et leurs pratiques en loisir tout au long du cycle du vieillissement. Par exemple

- l'accueil personnalisé amené dans une discussion sur les préférences en loisir;
- la notion de plaisir accompagné d'un défi commun lors d'une activité ouverte à tous;
- l'offre d'espace agréable pour l'échange et la rencontre;
- la création de groupe émanant des membres, tel qu'un groupe pour proches-aidants, que des groupes pour des aînés de communautés diverses, etc.

Et enfin une approche d'ouverture et d'inclusion de l'autre dans toutes ces différences.

5.5 Portée et limites

La portée et les limites de la recherche se retrouvent au cœur même de son approche, l'analyse qualitative. Ses limites se situent dans le fait qu'on ne pourra pas généraliser cette recherche à la population en général en raison de la taille de l'échantillon, et notamment auprès des centres situés dans des quartiers sociodémographiques différents. De plus, malgré les précautions prises, il demeure

également que les entretiens comportent le risque de susciter des formes de désirabilité sociale chez les participants. Ces derniers souhaitent à la fois répondre adéquatement aux questions soulevées, mais également diffuser une image positive de leur personne. On peut penser que ce phénomène de désirabilité sociale a pu jouer notamment quant aux perceptions de l'âgisme et de l'image des aînés. Enfin, nous considérons que la recherche pourrait se dérouler en deux temps : soit une première partie sur l'expérience de loisir et une deuxième entrevue sur le marketing afin de pouvoir explorer plus en profondeur ce concept dans une recherche subséquente.

Malgré les limites, cette étude conserve néanmoins une forte pertinence sociale et scientifique. Au plan scientifique, et comme l'énonce Savoie-Zajc (2009), la force de l'entrevue semi-dirigée « [...] donne accès direct à l'expérience des individus » (p. 356). C'est à partir de ces expériences qu'ont émergé les résultats et la discussion permettant une meilleure compréhension des comportements en loisir des aînés âgés de 70 ans et plus. Elle a permis de connaître plus en profondeur les perceptions, motivations, attentes et contraintes des aînés dans leur expérience de loisir et l'importance des programmes d'éducation au loisir et des stratégies du marketing des services qui peuvent être appliquées. Les écrits scientifiques commençant à peine à souligner l'importance de développer ces connaissances, les résultats de l'étude contribuent donc à l'amélioration de ces connaissances.

Les critères de scientificité de l'approche qualitative - la crédibilité, la transférabilité, la fiabilité et la constance - ont été respectés. En effet, cette recherche est : 1) en lien avec les écrits scientifiques et respecte les critères de sélection des participants, 2) elle peut être adaptée dans un autre contexte, d'ailleurs, c'est un point soulevé dans la discussion et 3) elle a été codifiée et a été analysée par deux co-directrices.

En somme, cette recherche pousse un peu plus loin la réflexion sur les comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-

participatifs) des aînés dans leur pratique de loisir. Elle met également en relief les liens pouvant être fait entre les programmes de l'éducation au loisir et les stratégies du marketing des services. Cette recherche soulève également beaucoup de questions qui donneront peut-être lieu, dans un avenir rapproché, à d'autres recherches ultérieures.

Conclusion

Dans le contexte démographique actuel, la participation des aînés à des activités significatives de loisir revêt une importance manifeste pour le bien-être de ceux-ci et l'amélioration ou le maintien de la qualité de vie. Afin que les aînés puissent poursuivre leur participation, ils doivent, en premier lieu, connaître et comprendre les opportunités en loisir qui leur sont offertes. À cet effet, il est ressorti de l'étude de Carbonneau (2011) qu'il y a un manque dans la transmission et la connaissance de l'information chez les aînés âgés de 70 ans et plus. La question de la présente recherche s'est donc appuyée sur ces constats pour chercher à comprendre comment on peut favoriser la participation des aînés âgés de 70 ans et plus aux activités de loisir organisées par un centre communautaire de loisir ou pour aînés par l'utilisation et l'adaptation des notions de l'éducation au loisir et des principes du marketing des services. Pour y répondre, trois principaux objectifs ont été définis et portaient : 1) sur la compréhension des comportements participatifs (comprenant les comportements participatifs et non-participatifs) des aînés âgés de 70 ans et plus à des activités organisées de loisir dans des centres communautaires, 2) sur les notions de l'éducation au loisir pouvant être utilisées auprès de cette population et 3) sur les principes du marketing des services applicables aux offres de services en loisir et sur les stratégies de communication permettant de transmettre les offres.

Le cadre conceptuel de l'étude abordait en premier lieu les théories gérontologiques suivantes : la théorie de la continuité, la théorie de l'optimisation sélective avec compensation et la théorie de l'innovation. En second lieu, les trois concepts suivants ont été analysés : 1) la participation - qui comprenait deux dimensions; les comportements participatifs par l'étude des motivations et des contraintes - ainsi que la notion de participation sociale, 2) les notions de l'éducation au loisir et ses composantes : la conscience de soi, la conscience du loisir, les compétences en loisir et les ressources en loisir. Et 3) les principes du marketing des services qui présentait les

caractéristiques des services, le mix marketing des services et le mix de la communication marketing. La démarche méthodologique choisie a été l'analyse qualitative par la réalisation d'entrevues semi-dirigées auprès de huit participants qui correspondaient aux critères de l'étude. La pertinence sociale de la recherche réside dans une meilleure connaissance des comportements participatifs par l'étude des motivations, attentes et contraintes qui se sont dégagées des expériences en loisir des aînés ayant participé à la recherche. Et par les recommandations pour ajuster au mieux les offres de loisir pour ces personnes. À terme, c'est donc d'aider les aînés à obtenir ou maintenir une bonne qualité de vie. La pertinence scientifique se retrouve dans l'analyse des facteurs ayant un impact sur la participation à des activités de loisir et dans la jonction entre les notions de l'éducation au loisir et le marketing des services afin de mettre en place des outils et des moyens favorisant la participation par l'adaptation de l'environnement, de l'élaboration des offres de services compréhensibles et par une meilleure transmission des offres de services.

Les résultats principaux qui sont ressortis de l'analyse et de la discussion sont que

- 1) Une interprétation multiple des théories gérontologiques peut s'appliquer à une même expérience de loisir, démontrant ainsi que les différentes théories sont complémentaires et peuvent donc être utiles à la compréhension de ces expériences.
- 2) Dans les résultats portant sur les comportements participatifs, plusieurs constats peuvent guider les organisations à mieux comprendre les aînés. Il a été observé que les portraits des pratiques en loisir des participants ne sont pas homogènes et que cette hétérogénéité se reflète dans l'image globale de la population aînée, et ce tel que démontré dans la problématique générale. Dans l'analyse des contraintes, nous avons porté notre attention sur l'image véhiculée dans le discours social à propos de la solitude des aînés et de leur perception pouvant se refléter au sein des centres communautaires. Ceci met en lumière certaines images stéréotypées et négatives qui peuvent encourager ces perceptions (Dupont, 2010, p. 52). Dans les motivations, il ressort que les ruptures de participation à des activités organisées de loisir peuvent être liées à une diminution de

la motivation intrinsèque. Les impacts du discours social sont aussi à considérer afin d'éviter une amotivation. Dans les attentes et bénéfices, il ressort que la socialisation est une attente prédominante chez les aînés. En dernier, l'on retrouve dans les résultats les facteurs ayant un impact positif sur la participation comme par exemple l'importance du personnel et de l'accueil et le fait de connaître des participants, ces derniers étant déjà soulevés et corroborent par ailleurs les écrits scientifiques.

3) La perception du loisir diffère selon les participants. ●n constate également que leur besoin en loisir est défini par les offres qu'ils reçoivent, donc leur pratique en loisir est peu novatrice mais plutôt conditionnée par ce qui est proposé par les organisations. Par conséquent, il ressort des résultats que la mise en place d'un programme d'éducation au loisir pourrait permettre aux aînés de développer une pratique significative et autonome du loisir et de découvrir des nouvelles activités qui découleraient de leurs propres attentes et besoins. La prise de conscience de leurs besoins et attentes irait donc dans le même sens que la théorie des changements de comportement qui doit s'appuyer sur la prise de conscience de ces besoins.

4) Les principes du marketing des services peuvent faciliter la mise en place d'un contexte favorable à la réalisation des attentes des aînés, notamment par rapport à la socialisation en créant un environnement de « service » par l'implication du personnel et l'instauration d'une ambiance contribuant à stimuler les échanges, par une adaptation des offres de services axée sur la mission, les membres et les activités et par la conception et la diffusion d'une image plus crédible des aînés.

Finalement, cette étude suscite aussi plusieurs questions : la vie communautaire doit-elle correspondre à toutes les populations aînées? Les centres communautaires doivent-ils faire un pont entre ces générations? Quelles seront les alternatives en loisir pour les aînés qui auront 80 et 90 ans dans les prochaines années? Il y a lieu de s'interroger sur les orientations qui seront prises par les décideurs qui seront confrontés à ce fossé générationnel. Ce mémoire a permis d'explorer plus en profondeur la participation et la non-participation des aînés à des activités organisées de loisir dans des

centres communautaires mais il a surtout contribué à ouvrir des voies nouvelles pour des recherches éventuelles par son approche interdisciplinaire : une étude dans le domaine du loisir, en lien avec le marketing des services et la gérontologie.

Références

- Adams, K. B., Leibbrandt, S., & Moon, H. (2011). A critical review of the literature on social and leisure activity and wellbeing in later life, *Ageing & Society*, 31(4), 683-712.
- Aday, R. H., Kehoe, G. C., & Farney, L. A. (2006). Impact of Senior Center Friendships on Aging Women Who Live Alone. *Journal of Women & Aging*, 18(1), 57-73.
- Agahi, N., Ahacic, K., & Parker, M. G. (2006). Continuity of Leisure Participation From Middle Age to Old Age. *Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences & Social Sciences*, 61B(6), S340-S346.
- Agahi, N., Silverstein, M., & Parker, M. G. (2011). Late-life and earlier participation in leisure activities: their importance for survival among older persons. *Activities, Adaptation & Aging*, 35(3), 210-222.
- Ashida, S., & Heaney, C. A. (2008). Social Networks and Participation in Social Activities at a New Senior Center: Reaching Out to Older Adults Who Could Benefit the Most. *Activities, Adaptation & Aging*, 32(1), 40-58.
- Association québécoise des centres communautaires pour aînés (AQCCA). (2012). *Nos membres*, « Un CCA, c'est... ». Page consultée le 8 mars 2012 de <http://www.aqcca.org>
- Atchley, R. C. (1991). *Social forces and aging* (6^e éd.). Belmont, CA : Wadsworth Publishing.
- Baltes, P. B., & Baltes, M. M. (1990). Psychological perspectives on successful aging: The model of selective optimization with compensation. Dans P. B. Baltes & M. M. Baltes (Éds), *Successful aging: Perspectives from the behavioral sciences* (pp. 1-34). New York : Cambridge University Press.
- Bowling, A., & Dieppe, P. (2005). What is successful ageing and who should define it? *British Medical Journal*, 331, 1548-1551.
- Binkley, A., & Seedsman, T. (1998). Issues in leisure education for older adults. Dans J. Mundy (Éd.), *Leisure education: theory and practice* (2^e éd., pp. 279-286). Champaign, IL :Sagamore.

- Broughton, K., & Beggs, B. A. (2006). Leisure Satisfaction of Older Adults. *Activities, Adaptation & Aging*, 31(1), 1-18.
- Burnett-Wolle, S., & Godbey, G. (2007). Refining Research on Older Adults' Leisure: Implications of Selection, Optimization, and Compensation and Socioemotional Selectivity Theories. *Journal of Leisure Research*, 39(3), 498-513.
- Carbonneau, H. (2011). *Portrait des pratiques en loisir des Québécois de 50 ans et plus en 2010*. Laboratoire en loisir et vie communautaire. Trois-Rivières : Université du Québec à Trois-Rivières.
- Carbonneau, H., Martineau, É., Andre, M., & Dawson, D. (2011). Enhancing Leisure Experiences Post Traumatic Brain Injury: A Pilot Study. *Brain Impairment*, 12(2), 140-151.
- Cardinal, L., Langlois, M.-C., Gagné, D., & Tourigny, A. (2008). *Perspectives pour un vieillissement en santé : proposition d'un modèle conceptuel*. Agence de la santé et des services sociaux de la Capitale-Nationale, Direction de santé publique et Institut national de santé publique du Québec.
- Chevrier, J. (2009). La spécification de la problématique. Dans B. Gauthier (Éd.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (5^e éd., pp. 53-87). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Chou, K.-L., Chow, N. W. S., & Chi, I. (2004). Leisure participation amongst Hong Kong Chinese older adults. *Ageing & Society*, 24(4), 617-629.
- Cochran, L. J., Rothschadl, A. M., & Rudick, J. L. (2009). *Leisure programming for baby boomers*. Champaign, IL : Human Kinetics.
- Crête, J. (2009). L'éthique en recherche sociale. Dans B. Gauthier (Éd.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (5^e éd., pp. 285-307). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Crombie, I. K., Irvine, L., Williams, B., McGinnis, A. R., Slane, P. W., Alder, E. M., & McMurdo, M. E. T. (2004). Why older people do not participate in leisure time physical activity: a survey of activity levels, beliefs and deterrents. *Age & Ageing*, 33(3), 287-292.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. *Canadian Psychology*, 49(3), 182-185.

- Delisle, M.-A. (1999). *Un âge à doré. Conditions de vie et loisirs des aînés de la société* (éd. rev. et mise à jour). Sainte-Foy : Éditions La Liberté.
- Delisle, M.-A. (2008). Quelques recommandations pour favoriser une plus grande contribution des aînés à la société. *Vie et vieillissement*, 6(3), 4-10.
- Delisle, M.-A. (2009). *La participation sociale des aînés : apport à la collectivité et bien-être individuel*. Rapports abrégé et extensif. Lévis: Université du Québec à Chicoutimi.
- Deschamps, C. (1998). Le devenir des centres communautaires pour aînés : enjeux et perspectives. *Le Gérontophile*, 20(1), 15-17.
- Desrosiers, J., Noreau, L., Rochette, A., Carbonneau, H., Fontaine, L., Viscogliosi, C., & Bravo, G. (2007). Effect of a Home Leisure Education Program After Stroke: A Randomized Controlled Trial. *Archives of physical medicine and rehabilitation*, 88, 1095-1100.
- Dionigi, R. A., Horton, S., & Bellamy, J. (2011). Meanings of aging among older canadian women of varying physical activity levels. *Leisure Sciences*, 33(5), 402-419.
- Dupont, L. (2010). Sur la représentation du vieillissement dans la publicité. Dans M. Lagacé (Éd.), *L'âgisme* (pp. 41-57). Québec : Presses de l'Université Laval.
- Fédération québécoise des centres communautaires de loisir (FQCCL). (2012). *FQCCL : un centre, un milieu de vie*, « Mission ». Page consultée le 12 janvier 2012 de <http://www.fqccl.org>
- Fédération québécoise des centres communautaires de loisir (FQCCL). (2007). *Pour une contribution des aînés au développement de la société québécoise*. Mémoire présenté à la Ministre responsable des aînés dans le cadre de la consultation sur les conditions de vie des aînés. Document récupéré le 22 février 2012 de http://www.fqccl.org/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=23&Itemid
- Fitzpatrick, T. R. (2009). The quality of dyadic relationships, leisure activities and health among older women. *Health Care for Women International*, 30(12), 1073-1092.
- Fitzpatrick, T. R. (2010). Brain fitness activities and health among older female senior center participants in Montreal, Quebec. *Activities, Adaptation & Aging*, 34(1), 30-47.

- Fitzpatrick, T. R., Gitelson, R. J., Andereck, K. L., & Mesbur, E. S. (2005a). Social support factors and health among a senior center population in southern Ontario, Canada. *Social Work in Health Care*, 40(3), 15-37.
- Fitzpatrick, T. R., McCabe, J., Gitelson, R., & Andereck, K. (2005b). Factors that Influence perceived social and health benefits of attendance at senior centers. *Activities, Adaptation & Aging*, 30(1), 23-45.
- Fitzpatrick, T. R., & McCabe, J. (2008). Future Challenges for Senior Center Programming to Serve Younger and More Active Baby Boomers. *Activities, Adaptation & Aging*, 32(3/4), 198-213.
- Garon, S., & Veil, A. (2011). Les villes amis des aînés au Québec : un mouvement de changement à large échelle en faveur des aînés. *Vie et vieillissement*, 9(1), 6-12.
- Gauthier, B. (Éd.). (2009). *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (5^e éd.). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Hamel, J. (2009). Quelques réflexions sur les baby-boomers d'hier et d'aujourd'hui. Dans I. Olazabal (Éd.), *Que sont les baby-boomers devenus? Aspects sociaux d'une génération vieillissante* (pp. 51-68). Québec : Éditions Nota bene.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2005). *Leisure marketing: a global perspective*. Oxford : Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hostetler, A. J. (2011). Senior centers in the era of the "Third Age:" Country clubs, community centers, or something else? *Journal of Aging Studies*, 25(2), 166-176.
- Hummel, C. (2002). Les paradigmes de recherche aux prises avec leurs effets secondaires. *Gérontologie et société*, 3(102), 41-52.
- Hurd, A. R., Barcelona, R.J., & Meldrum, J.T. (2008). *Leisure service management*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Institut national de santé publique du Québec (INSPQ). (2010). *Vieillesse de la population, état fonctionnel des personnes âgées et besoins futurs en soins de longue durée du Québec*. Document repéré le 7 février 2012 de <http://www.inspq.qc.ca>
- Institut de la statistique du Québec (ISQ). (2011). « Le bilan démographique du Québec ». Document récupéré le 15 décembre 2011 de <http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/demograp/pdf2011/bilan2011.pdf>

- Janke, M., Davey, A., & Kleiber, D. (2006). Modeling Change in Older Adults' Leisure Activities. *Leisure Sciences*, 28(3), 285-303.
- Janke, M. C., Nimrod, G., & Kleiber, D. A. (2008). Reduction in Leisure Activity and Well-Being During the Transition to Widowhood. *Journal of Women & Aging*, 20(1/2), 83-98.
- Jansen, D. A. (2005). Perceived Barriers to Participation in Mentally Restorative Activities by Community-Dwelling Elders. *Activities, Adaptation & Aging*, 29(2), 35-53.
- Kelly, J. R., Steinkamp, M.W., & Kelly, J. (1987). Later-life Satisfaction: Does Leisure Contribute? *Leisure sciences*, 9, 189-200.
- Kleiber, D., McGuire, F. A., Aybar-Damali, B., & Norman, W. (2008). Having More by Doing Less: The Paradox of Leisure Constraints in Later Life. *Journal of Leisure Research*, 40(3), 343-359.
- Kleiber, D. A., & Nimrod, G. (2009). 'I can't be very sad': constraint and adaptation in the leisure of a 'learning in retirement' group. *Leisure studies*, 28(1), 67-83.
- Kraus, R. (2000). *Leisure in a changing America: trends and issues for the 21st Century* (2^e éd.). Boston : Allyn and Bacon.
- Krout, J. A. (1996). Senior Center Programming and Frailty Among Older Persons. *Journal of Gerontological Social Work*, 26(3/4), 19-34.
- Langlois, M., & Tocquer, G. (1992). *Marketing des services : le défi relationnel*. Montréal : Gaëtan Morin Éditeur.
- Leclerc, G. (2007). Le paradoxe du vieillissement réussi. Dans M. Arcand et R. Hébert (Éds.), *Précis pratique de gériatrie* (3^e éd., pp. 63-82). Québec : Edisem; Paris : Maloine.
- Lee, P.-L., Lan W., & Yen, T.-W. (2011). Aging Successfully: A Four-Factor Model. *Educational Gerontology*, 37(3), 210-227.
- Lefebvre, S. (2009). Regards successifs sur une génération de type historique. Dans I. Olazabal (Éd.), *Que sont les baby-boomers devenus? Aspects sociaux d'une génération vieillissante* (pp. 69-86). Québec : Éditions Nota bene.
- Lefrançois, R., Leclerc, G., & Poulin, N. (1997). Predictors of Activity Involvement Among Older Adults. *Activities, Adaptation & Aging*, 22(4), 15-29.

- Levasseur, M. (2004). Contribution des modèles théoriques comportementaux à la réadaptation. Lecture pour le problème 3; Université de Sherbrooke, Québec. (pp. 1-11).
- Levasseur, M., Richard, L., Gauvin, L., & Raymond, É. (2010). Inventory and analysis of definitions of social participation found in the aging literature: Proposed taxonomy of social activities. *Social Science & Medicine* 71(12), 2141-2149.
- Losier, G. F., Bourque, P. E., & Vallerand, R. J. (1993). A motivational model of leisure participation in the elderly. *Journal of psychology*, 127(2), 153-170.
- Lovelock, C., Wirtz, J., Lapert, D., & Munos, A. (2008). *Marketing des services* (6^e éd.). Paris : Pearson education France.
- Mactavish, J., & Mahon, M. J. (2005). Leisure Education and Later-Life Planning: A Conceptual Framework. *Journal of Policy and Practice in Intellectual Disability*, 2(1), 29-37.
- MaloneBeach, E. E., & Langeland, K. L. (2011). Boomers' prospective needs for senior centers and related services: a survey of persons 50-59. *Journal of Gerontological Social Work*, 54(1), 116-130.
- Marken, D. M. (2005). One Step Ahead: Preparing the Senior Center for 2030. *Activities, Adaptation & Aging*, 29(4), 69-84.
- McGuire, F., & Norman, W. (2005). The role of constraints in successful aging: inhibiting or enabling. Dans E.L. Jackson (Éd.), *Constraints to leisure* (pp. 89-101). State College, PA : Venture Publishing.
- McGuire, F. A., Boyd, R. K., & Tedrick, R. E. (2004). *Leisure and aging: ulysean living in later life* (3^e éd.). Champaign, IL : Sagamore Publishing.
- Ministère de la Famille et des Aînés (2009). Municipalité amie des aînés : pour favoriser le vieillissement actif au Québec. (pp. 15-21). Document récupéré le 25 septembre 2011 de http://www.mfa.gouv.qc.ca/fr/publication/Documents/DocReferenceMADA_final.pdf
- Mongeau, P. (2008). *Réaliser son mémoire ou sa thèse : côté jeans et côté tenue de soirée*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Mundy, J. (Éd.). (1998). *Leisure education: theory and practice*. Champaign, IL Sagamore Publishing.

- Neugarten, B. L., Havighurst, R.J., & Tobin, S.S. (1968). Personality and patterns of aging. Dans B. L. Neugarten (Éd.), *Middle age and aging a reader in social psychology* (pp. 173-177). Chicago : The University of Chicago press.
- Nimrod, G., & Kleiber, D. A. (2007). Reconsidering change and continuity in later life: toward an innovation theory of successful aging. *International Journal of Aging & Human Development*, 65(1), 1-22.
- Nimrod, G. (2008). In support of innovation theory: innovation in activity patterns and life satisfaction among recently retired individuals. *Ageing & Society*, 28, 831-846.
- Nimrod, G., & Hutchinson, S. (2010). Innovation Among Older Adults with Chronic Health Conditions. *Journal of Leisure Research*, 42(1), 1-24.
- Nimrod, G., & Rotem, A. (2012). An exploration of the Innovation theory of successful ageing among older tourists. *Ageing & Society*, 32, 379-404.
- Olazabal, I. (2009) *Que sont les baby-boomers devenus? Aspects sociaux d'une génération vieillissante*. Québec: Éditions Nota bene.
- Olazabal, I., Blein, L., Guberman, N., & Lavoie, J.-P. (2009). Être ou ne pas être un baby-boomer. Identité assignée et identité autoattribuée. Dans I. Olazabal (Éd.), *Que sont les baby-boomers devenus? Aspects sociaux d'une génération vieillissante* (pp. 87-108). Québec : Éditions Nota bene.
- Organisation mondiale de la Santé (OMS). (2002). Vieillir en restant actif : cadre d'orientation. Document récupéré le 10 octobre 2011 de http://whqlibdoc.who.int/hq/2002/WHO_NMH_NPH_02.8_fre.pdf
- Organisation mondiale de la Santé (OMS). (2007). Guide mondial des villes amies des aînés. Document récupéré le 10 octobre 2011 de http://www.who.int/ageing/publications/Guide_mondial_des_villes_amies_des_aînés.pdf
- Organisation mondiale de la Santé (OMS). (2012). Dix faits sur le vieillissement et la qualité de vie. Page consultée le 10 juin 2012 de <http://www.who.int/features/factfiles/ageing/fr/index.html>
- O'Sullivan, E., & Spangler, K. J. (1998). *Experience marketing: strategies for the new millennium*. State College, PA : Venture Publishing.
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2008). *L'analyse de l'identité en sciences humaines et sociales*. (2^e éd.). Paris : Armand Colin.

- Paquet, S., Sévigny, A., & Tourigny, A. (2011). *Les ateliers-concept de peinture Les pinceaux d'or pour des personnes âgées vivant à domicile : étude des effets perçus sur la santé mentale des participants*. Centre d'Excellence sur le vieillissement de Québec.
- Pardasani, M. (2010). Senior Centers: Characteristics of Participants and Nonparticipants. *Activities, Adaptation & Aging*, 34(1), 48-70.
- Paris, M., Garon, S., Beaulieu, M., Veil A., & Bigonnesse, C. (2011). Ville amie des aînés au Québec : l'apport de « vieillir en restant actif ». *Vie et vieillissement*, 9(1), 28-32.
- Pauquay, F., & Roche, L. (2005). Les aînés et le loisir. Tour d'horizon des contraintes perçues et réelles des personnes âgées. *Observatoire québécois du loisir*, 2(9), 1-3.
- Pelletier, L. G., Vallerand, R. J., Green-Demers, I., Blais, M. R., & Brière, N. M. (1995). Loisirs et santé mentale : les relations entre la motivation pour la pratique des loisirs et le bien-être psychologique. *Revue canadienne des sciences du comportement*, 27(2), 140-156.
- Pennington-Gray, L., & Lane, C. W. (2001). Profiling the Silent Generation: Preferences for Travel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9(1/2), 73-95.
- Pettigrew, D. & Turgeon, N. (2008). *Marketing* (6^e éd.). Montréal : Chenelière Éducation.
- Petitot, C., Beard, J., Kalache A., Plouffe, L., Cox, J., Powell, S., & Tahrat, A-M. (2010). Vers des environnements-amis des aînés. *Gérontologie et société*, 132, 229-242.
- Prochaska, J. O., & Velicer, W. F. (1997). The transtheoretical model of health behavior change. *American Journal of Health Promotion*, 12 (1), 38-48.
- Ragheb, M. G., & Griffith, C. A. (1982). The Contribution of Leisure Participation and Leisure Satisfaction to Life Satisfaction of Older Persons. *Journal of Leisure Research*, 14(4), 295-306.

- Raymond, É., Gagné, D., Sévigny, A., & Tourigny, A. (2008). *La participation sociale des aînés dans une perspective de vieillissement en santé. Réflexion critique appuyée sur une analyse documentaire*. Direction de santé publique de l'Agence de la santé et des services sociaux de la Capitale-Nationale, Institut national de santé publique du Québec, Centre d'excellence sur le vieillissement de Québec et Institut sur le vieillissement et la participation sociale des aînés de l'Université Laval. Document récupéré de http://www.inspq.qc.ca/pdf/publications/859_RapportParticipationSociale.pdf
- Reynolds, F. (2010). 'Colour and communion': Exploring the influences of visual art-making as a leisure activity on older women's subjective well-being. *Journal of Aging Studies*, 24(2), 135-143.
- Riddick, C. C. (1985). Life satisfaction determinants of older males and females. *Leisure Sciences*, 7(1), 47-63.
- Rochman, J., & Tremblay, D.-G. (2010). Services et séniors : l'impact du programme mada sur le développement des services municipaux communautaires et privés au Québec. *Gérontologie et société*, 4(135), 285-339.
- Rousseau, J., Denis, M. V., Dubé, M., & Beauchesne, M. (1995). L'activité, l'autonomie et le bien-être psychologique des personnes âgées. *Loisir et société*, 18(1), 93-122.
- Rowe, J. W., & Kahn, R. L. (1997). Successful Aging. *The Gerontologist*, 37(4), 433-440.
- Savoie-Zajc, L. (2009). L'entrevue semi-dirigée. Dans B. Gauthier (Éd.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (5^e éd., pp. 337-360). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Searle, M. S., Mahon, M. J., Iso-Ahola, M., Sdrolias, H. A., & Dyck, J. V. (1998). Examining the long term effects of leisure education on a sense of independence and psychological well-being among the elderly. *Journal of Leisure Research*, 30(3), 331-340.
- Simone P. A., & Haas A. L. (2009). Cognition and leisure time activities of older adults. *The LLI Review*, 4, 22-28.
- Sneegas, J. J. (1986). Components of life satisfaction in middle and later life adults: Perceived social competence, leisure participation, and leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 18(4), 248-258.

- Son, J. S., Kerstetter, D. L., & Mowen, A. J. (2009). Illuminating identity and health in the constraint negotiation of leisure-time physical activity in mid to late life. *Journal of Park and Recreation Administration*, 27(3), 96-115.
- Sperazza, L. J., & Banerjee, P. (2010). Baby Boomers and Seniors: Understanding Their Leisure Values Enhances Programs. *Activities, Adaptation & Aging*, 34(3), 196-215.
- Statistique Canada. (2010). Projections démographiques pour le Canada, les provinces et les territoires 2009 à 2036. Faits saillants. Page consultée de <http://www.statcan.gc.ca/pub/91-520-x/2010001/aftertoc-aprestdm1-fra.htm>
- Statistique Canada. (2011). Dernier communiqué du quotidien, mercredi 28 septembre 2011 : Estimations de la population du Canada : âge et sexe. Page consultée de <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/110928/dq110928a-fra.htm>
- Statistique Canada. (2012). La population canadienne en 2011 : âge et sexe. Page consultée le 15 juin 2012 de <http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/as-sa/98-311-x/98-311-x2011001-fra.cfm>
- Strain, L. A., Grabusic, C. C., Searle, M. S., & Dunn, N. J. (2002). Continuing and Ceasing Leisure Activities in Later Life: A Longitudinal Study. *Gerontologist*, 42(2), 217-223.
- Thibault, A. (2006). Traiter avec des personnes âgées. *Observatoire québécois du loisir*, 3(15), 1-4.
- Vada-Québec. (2012). Page consultée le 18 février 2012 de <http://www.vadaquebec.ca>
- Watkins, M., & Bond, C. (2007). Ways of experiencing leisure. *Leisure Sciences*, 29, 287-307.
- Walker, J., Bisbee, C., Porter, R., & Flanders, J. (2004). Increasing practitioners' knowledge of participation among elderly adults in senior center activities. *Educational Gerontology*, 30(5), 353-366.
- Zumbo, B. D. (2003). Chapter 12 : Leisure activities, health and the quality of life. *Essays on the Quality of Life*, 217-238.

Appendice A

Schéma d'entrevue

Les comportements participatifs des aînés à des activités organisées de loisir dans un centre communautaire et l'impact de l'éducation au loisir et des stratégies du marketing des services

SCHÉMA D'ENTREVUE

Préparation de l'entretien

Identification du participant(e)

- Bonjour,

Présentation du but de l'entrevue

Présentement, je fais une recherche portant sur la participation des aînés à des activités de loisir dans le cadre de mon projet de mémoire au département d'Études en loisir, culture et tourisme de l'Université du Québec à Trois-Rivières. Voilà pourquoi je vous ai demandé de me rencontrer afin que nous nous entretenions à ce sujet. L'entretien va durer environ une heure. Nous voulons par le biais d'entrevues semi-dirigées mieux comprendre les comportements participatifs des aînés. Nous analyserons vos habitudes de loisir, vos besoins en loisir, vos motivations et vos contraintes. De plus, nous désirons connaître quels sont les différents outils qui pourraient être utilisés et adaptés afin de vous communiquer des offres d'activités compréhensives.

(Signature du formulaire de consentement et assurer la confidentialité de l'entrevue)

- *Début de l'enregistrement* -

Déroulement de l'entrevue

1- PARTICIPATION

EXPÉRIENCE DE PARTICIPATION (motivations et contraintes)

Quelles sont vos expériences de participation à des activités de loisir ou de bénévolat dans un centre communautaire?

*** S'il y a une/des expérience(s) de participation antérieure(s)**

- Laquelle? Où? Quand? Durée de l'activité?

- Qu'est-ce qui vous a motivé à participer?
- Pouvez-vous identifier des contraintes qui ont limité (ou qui limitent) votre participation? (*personnelles/externes*)
 - Comment percevez-vous ces contraintes?
 - Quelles sont selon vous les solutions qu'il faudrait mettre en place pour éliminer ces contraintes?

*** S'il n'existe pas d'expérience de participation**

- Y a-t-il des raisons/motifs pour lesquels vous n'avez jamais participé ?
- Pouvez-vous identifier des contraintes qui ont limité (ou qui limitent) votre participation? (*personnelles/externes*)
 - Comment percevez-vous ces contraintes?
 - Quelles sont selon vous les solutions qu'il faudrait mettre en place pour éliminer ces contraintes?

2- ÉDUCATION AU LOISIR

Valeurs et perceptions

- Qu'est-ce que le loisir pour vous?
 - Comment percevez-vous le rôle du loisir dans votre vie?
 - Comment percevez-vous les activités de loisir dans votre horaire du temps? (Est-ce important?)
 - Quelle place accordez-vous au loisir dans votre vie?

Pratiques et intérêts du loisir

- Quelles sont vos pratiques de loisir, quels sont vos intérêts en loisir?
- Que recherchez-vous dans vos loisirs?
- Que vous apportent vos activités de loisir?
- Qu'est-ce que vous aimez le plus dans votre pratique?

Apprentissage du loisir

- Quel type d'activité aimeriez-vous découvrir?
- Comment percevez-vous l'acquisition de nouvelles habiletés ou l'apprentissage de nouvelles activités?

Ressources disponibles

- Qu'est-ce que vous connaissez des activités de loisir offertes en général?
- Qu'est-ce que vous connaissez des centres offrant des activités de loisir? (*connaissance et disponibilité*)

3- STRATÉGIES DU MARKETING DES SERVICES

Offre de services

- Comment avez-vous appris l'existence des centres communautaires pour aînés ou des centres communautaires de loisir?
 - Où prenez-vous vos informations concernant les activités offertes? (*Journaux, dépliants, publicités, amis et connaissances, organismes gouvernementaux, Internet, travailleurs de milieu*)
- Qu'est-ce que vous regardez quand vous recevez des publicités/dépliants de centres de loisir?
 - *Les activités*
 - *L'horaire*
 - *L'endroit (quartier)*
 - *Les informations administratives*
 - *Les coûts*
- Que pensez-vous des programmations d'activités?
 - Que pensez-vous des activités?
 - Que pensez-vous des descriptifs d'activités offertes dans les centres?
 - Que pensez-vous des coûts?
 - Que pensez-vous des horaires?
 - Que pensez-vous des journées d'initiation aux activités? (ex : porte ouverte)
 - Que pensez-vous des lieux? (environnement physique/ accessibilité/stationnement)
- Quelles sont les informations que vous voulez retrouver dans une programmation d'activités?

- Quels éléments vous sembleraient importants si vous aviez à vous inscrire à un centre communautaire? (*Le personnel, la sécurité, l'accueil*)

Mix de communication

- Que pensez-vous des photos présentées dans les programmations de loisir pour aînés? (image positive/ image réaliste)
- Par quels moyens pensez-vous que l'on peut vous rejoindre pour vous communiquer les offres de loisir?
- Qu'est-ce qui vous motiverait aujourd'hui à participer à des activités de loisir dans un centre?

4- CONCLUSION

- Avez-vous des questions?
- Avez-vous des choses à rajouter?

Merci beaucoup de votre collaboration.

- Fin de l'enregistrement -